OCTOBER 2019 Vol. 5 Issue 57 THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM Price:₹50/-

ഇഫെക്റ്റീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION



Rashmi Padheriya
Model & Actress

വിശുദ്ധ വിലക്കുകൾ
മറികടക്കുന്ന പ്രണയം

കൈവിരലുകൾ കഥ പറയുമ്പോൾ

വേറിട്ടു നിൽക്കാൻ
ലോഗോയും പാക്കിങ്ങും

അട്ടർലി ബട്ടർലി ലോഗോസ്

BRANDING • MODEL WATCH • STUDENTS CORNER • MOTIVATION • MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

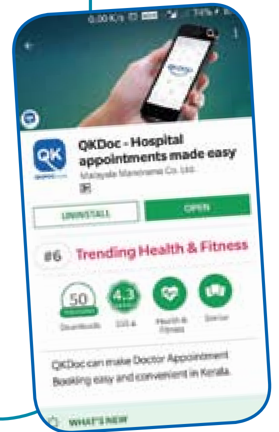
നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 A) qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 A) അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസ്ൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക
7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു

മലയാള മനോരമ



Powered by manoramaonline

ഉള്ളടക്കം

Cover: Rashmi Padheriya
Celebrity Manager : Rakesh Kumar
98197 26960

Vol. 5 | Issue 57 | October 2019





Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE
ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 0481 2561791, 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @





effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective.adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

വാക്കിന്റെ ശക്തി

പരസ്യങ്ങളിൽ വാക്കിന്റെ പ്രാധാന്യവും ശക്തിയും എത്രമാത്രമാണെന്ന് എടുത്തു പറയേണ്ട ആവശ്യമില്ല. ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ വാക്കുകൾകൊണ്ട് ആശയങ്ങളെ അതിശക്തമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നതിലാണ് ഒരു കോപ്പിറൈറ്ററുടെ അഥവാ ഒരു പരസ്യ നിർമ്മാതാവിന്റെ മിടുക്ക് എന്നു പറയാം. വാക്കുകൾ കൂടാതെ വിഷ്വലുകൾ കൊണ്ടുമാത്രം ആശയസംവാദം നടത്തുന്ന പരസ്യങ്ങളുമുണ്ട്. ഇത് വളരെ വിരളമാണെന്നു മാത്രം. അത്തരം പരസ്യങ്ങളിൽപോലും ഓരോ വിഷ്വലുകളും അതിശക്തമായ വാക്കുകളായി രൂപാന്തരം പ്രാപിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്.

വാക്കിന്റെ ശക്തി അപാരമാണ്. അതു മൂർച്ചയുള്ള വാളോ സാന്ത്വനിപ്പിക്കുന്ന തൂവൽ സ്പർശമോ ആകാം. വാക്കുകൾക്കു ശരത്തിന്റെ വേഗതയാണെന്നാണ് പറയാറുള്ളത്. എയ്ത ശരത്തെ ഒരിക്കലും തിരിച്ചു പിടിക്കാനാവില്ല. അതുകൊണ്ട് വാക്കുകളെ എയ്യും മുൻപ് ലക്ഷ്യം കൃത്യമായി ഉന്നം വച്ചിരിക്കണം. മനസ്സിൽ തോന്നുന്നതെല്ലാം വിളിച്ചു പറയുന്നതല്ല സംസ്ക്കാരം. ചിലർ പറയും 'ഞാൻ ഉള്ളതേ പറഞ്ഞുള്ളൂ'. ഉള്ളതെല്ലാം പറയാനുള്ളതല്ല; പറയേണ്ടതും പറയേണ്ടാത്തതുമായ കാര്യങ്ങളുണ്ട്. ഒരു കാര്യം പറയുമ്പോൾ പറയുന്നയാളുടെ മാത്രം തൃപ്തി നോക്കിയാൽ പോര. കേൾക്കുന്നവർക്ക് എന്തു തോന്നും എന്നും കൂടി ചിന്തിക്കണം. ചില പറച്ചിലുകളാണ് പലപ്പോഴും ഒരു വ്യക്തിയുടെയോ, സമൂഹത്തിന്റെയോ, രാജ്യത്തിന്റെ തന്നെയോ ഭാവി നിശ്ചയിക്കുന്നത്. ചിലർക്ക് ഒന്നും മനസ്സിൽ വച്ചുകൊണ്ടിരിക്കാൻ പറ്റില്ല. അത് ആരോടെങ്കിലും പറയണം. ചിലർക്ക് അതു പലരോടും പല ആവർത്തി പറഞ്ഞാലും വിഷമം തീരില്ല.

അർത്ഥം മാറിവരുന്ന വാക്കുകളേപ്പറ്റിയും നമുക്കു അറിവുണ്ടായിരിക്കണം. കാലം മാറുന്തോറും ഒരേ വാക്കിനുതന്നെ അർത്ഥവ്യത്യാസം സംഭവിക്കാറുണ്ട്. ദേശം മാറുന്നതിനനുസരിച്ചും വാക്കുകൾക്ക് അർത്ഥവ്യത്യാസമുണ്ടാകുന്നു. വാക്കുകൾ ഭാഷയുടെ ഭാഗമാണല്ലോ. ഭാഷ എപ്പോഴും ജീവനുള്ളതാണ്. ജീവനുള്ളതുകൊണ്ടാണ് ഭാഷ വളരുകയും മാറ്റങ്ങൾ സംഭവിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത്. ഏതാനും വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് ഒരാൾക്ക് ജോലികിട്ടുന്നതിന് പണികിട്ടി എന്നാണു പറഞ്ഞിരുന്നത് ഇന്ന് 'പണികിട്ടി' എന്നു പറഞ്ഞാൽ അർത്ഥം തന്നെ മാറി. മറ്റൊരു ഉദാഹരണമാണ് 'ചെത്ത്'. കുറെക്കാലം മുൻപുവരെ ചെത്തുക എന്നാൽ അരിയുക, മുറിക്കുക എന്നീ അർത്ഥങ്ങളായിരുന്നു. കള്ളുചെത്ത് ഒരു തൊഴിലിന്റെ പേരായിരുന്നു. ഇപ്പോൾ ചെത്തി നടക്കുക എന്നു പറഞ്ഞാൽ എന്താണ് അർത്ഥം?

ഒരു കാര്യം തന്നെ പല രീതിയിൽ പറയാം. കേൾക്കുന്നയാൾക്ക് എങ്ങനെ തോന്നണം എന്ന് പറയുന്നയാൾക്ക് ഒരു ധാരണയുണ്ടാകണം. കേൾക്കുന്നയാൾക്ക് പിണക്കം തോന്നാത്ത രീതിയിൽ പറയാനാണെങ്കിൽ അങ്ങനെ പറയാം. ഒരു കാര്യം പറയും മുൻപ് രണ്ടു വട്ടമെങ്കിലും ചിന്തിക്കണം. പ്രധാന കാര്യങ്ങൾ പറയുമ്പോൾ ഏതെല്ലാം രീതിയിൽ പറയാം എന്ന് മാറ്റി മാറ്റി പറഞ്ഞു നോക്കുന്നതും നല്ലതാണ്. പറയുന്നയാളുടെ മുഖഭാവവും ശബ്ദത്തിലെ ഭാവങ്ങൾപോലും കേൾക്കുന്നയാളിൽ ഉളവാക്കുന്ന വികാരങ്ങളെ സ്വാധീനിക്കുന്നുണ്ട്. പറഞ്ഞതിനെ മാറ്റിപ്പറയുന്നവരും നിഷേധിക്കുന്നവരുമുണ്ട്. എത്ര നിഷേധിച്ചാലും പറഞ്ഞതു പറഞ്ഞതു തന്നെ. കൊണ്ടതു കൊണ്ടതു തന്നെ. പറയാതിരിക്കുന്ന വാക്കുകൾക്കാണ് പറഞ്ഞവയേക്കാൾ ശക്തി എന്നും പറയപ്പെടുന്നു. എന്നാൽ നിശബ്ദതയുടെ പ്രഹരശേഷി പലപ്പോഴും വാക്കുകൾക്കു കിട്ടാറില്ല.

ചീഫ് എഡിറ്റർ



Apple
40 Years of
Logo Evolution


1976


1977-1998


1998

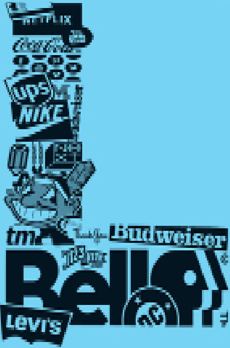

1998-2000


2001-2007


2007-2014


2014-Present











അട്ടർലി ബട്ടർലി ലോഗോസ്...

ഒരു ലോഗോയെ വ്യത്യസ്തമാക്കുന്ന നിരവധി ഘടകങ്ങളുണ്ട്. വിപണിയിൽ ശ്രദ്ധേയമായ ലോഗോകൾക്ക് പറയാൻ നിരവധി സവിശേഷതകളുണ്ട്. ആദ്യദർശനത്തിൽ തന്നെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടു എന്നു പറയാറില്ലേ, ഇത് ലോഗോകൾക്കും ബാധകമാണ്.

ബിസിനസ്സിനെ ഒരു കെട്ടിടത്തോട് ഉപമിക്കാമെങ്കിൽ അതിന്റെ പ്രവേശന കവാടമാണ് ലോഗോ എന്ന് പറയാം. ഒരു ലോഗോയെ വ്യത്യസ്തമാക്കുന്ന നിരവധി ഘടകങ്ങളുണ്ട്. വിപണിയിൽ ശ്രദ്ധേയമായ ലോഗോകൾക്ക് പറയാൻ നിരവധി സവിശേഷതകളുണ്ട്. ആദ്യദർശനത്തിൽ തന്നെ ഇഷ്ടപ്പെട്ടു എന്നുപറയാറില്ലേ, ഇത് ലോഗോകൾക്കും ബാധകമാണ്. ഒറ്റനോട്ടത്തിൽതന്നെ തിരിച്ചറിയപ്പെടുക എന്നത് വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട സവിശേഷതയാണ്.

ലോഗോകൾക്ക് വേണം നാല് 'ണം'!

- ബ്രാൻഡ് ഉപഭോക്താക്കൾക്കു നൽകുന്ന സന്ദേശം പ്രതിഫലിപ്പിക്കാൻ കെൽപ്പുള്ളതാവണം.
- ആൾക്കൂട്ടത്തിൽ നിന്നും വേറിട്ട വ്യക്തിത്വമുള്ളതാവണം.
- വിശ്വാസ്യത ജനിപ്പിക്കാൻ പര്യാപ്തമാവണം.
- കാലത്തെ അതിജീവിക്കാനുള്ള കരുത്തുണ്ടാവണം.

ലോകോത്തരമായ ലോഗോകൾ ഈ സവിശേഷതകൾ ഉള്ളവയാണ്. മറ്റൊരു സുപ്രധാനമായ സാങ്കേതിക സവിശേഷത ഏതു സൈസിലും സ്പേസിലും അപ്ലൈ ചെയ്യാൻ കഴിയണം എന്നുള്ളതാണ്.

ചില ലോഗോ വർത്തമാനങ്ങൾ

ആപ്പിൾ

ആഗോള ബ്രാൻഡായ ആപ്പിൾ ലോഗോയെ സംബന്ധിച്ചുള്ള നിരവധി രസകരമായ കാര്യങ്ങളുണ്ട്. 1976 ലാണ് ആപ്പിളിന്റെ ആദ്യ ലോഗോ വിപണിയിലെത്തുന്നത്. ശാസ്ത്രജ്ഞനായ ഐസക് ന്യൂട്ടൺ ആപ്പിൾ മരത്തിന്റെ കീഴിലിരിക്കുന്നതാണ് ലോഗോയിൽ ചിത്രീകരിച്ചിരുന്നത്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ





SBIയുടെ ആദ്യകാല ലോഗോ

തലക്ക് മുകളിൽ ഒരാപ്പിൾ തൂങ്ങിക്കിടക്കുന്നുണ്ട്.

1977 മുതലാണ് ഇന്ന് കാണുന്നതരത്തിൽ ആപ്പിൾ ലോഗോ രൂപാന്തരപ്പെട്ടത്. മറ്റൊരു ഹൃദയസ്പർശിയായ കഥയും ആപ്പിൾ ലോഗോയെക്കുറിച്ചുണ്ട്. ആപ്പിളിന്റെ സ്ഥാപകനായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് കടുത്ത ദാരിദ്ര്യമനുഭവിച്ചാണ് വളർന്നത്. അക്കാലത്ത് വിശപ്പടക്കാൻ അദ്ദേഹത്തെ സഹായിച്ചത് ആപ്പിൾ പഴങ്ങളായിരുന്നു. പിൽക്കാലത്ത് ഒരു കമ്പനി ആരംഭിച്ചപ്പോൾ അതിന്റെ മുഖമുദ്രയായി ആപ്പിൾ സ്വീകരിച്ചു.

The first Apple Computer logo, drawn by Ronald Wayne, depicts Isaac Newton under an apple tree. Created by Rob Janoff in 1977, the Apple logo with the rainbow scheme was used from April of that year until August 26, 1999. Steve Jobs has asserted the apple logo was inspired by the story of his childhood.

എസ്. ബി. ഐ

ഓരോ ഭാരതീയന്റെയും ബാങ്ക് എന്ന ഖ്യാതിയുള്ള എസ്. ബി. ഐ സ്ഥാപിതമായ വർഷമാണ് 1955. ആദ്യലോഗോയിൽ നിന്നും ഇന്നത്തെ ലോഗോയിലെത്തുമ്പോൾ നിരവധി മാറ്റങ്ങൾ കാണാൻകഴിയും.

ആദ്യലോഗോയിൽ ഒരാൽവൃക്ഷത്തിന്റെ ചിത്രം മുദ്രണം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ഇത് ആഴത്തിൽ വേരോടുന്ന വിശ്വാസത്തിന്റെ പ്രതീകമാണ്. ഈ ലോഗോയെക്കുറിച്ച് പലകോണുകളിൽനിന്നും വിമർശനങ്ങൾ ഉയർന്നു. വിമർശനമുന്നയിച്ചവർ നിരത്തിയ കാരണങ്ങൾ വളരെ രസകരമായിരുന്നു. ആൽവൃക്ഷത്തിന്റെ ചുവട്ടിൽ ഒന്നും വളരില്ല എന്നും, അതിനാൽ ഇത് ബാങ്കിന്റെ പ്രതിച്ഛായയെ പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കും എന്നതായിരുന്ന വിമർശനം.

മറ്റുള്ളവരെ വളരാൻ അനുവദിക്കാത്ത ഒന്നിനെ പ്രതീകമായി വേണ്ട എന്ന വിമർശനം വന്നതോടെ ആ ലോഗോ ഉപേക്ഷിച്ചു.

ഇപ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കൾ കാണുന്ന എസ്. ബി. ഐ ലോഗോ വിഭാവനം ചെയ്തത് ശേഖർ കാമത്ത് ആണ്(Shekhar Kamath, National Institute of Design, Ahemedabad).

1971 ഒക്ടോബറിലാണ് ഈ ലോഗോ പ്രകാശനം ചെയ്തത്. ലോഗോയെക്കുറിച്ച് നിരവധി വ്യാഖ്യാനങ്ങൾ ഉണ്ട്.

1.ലോഗോയിലെ വലിയ വൃത്തം ഐക്യത്തെയും, പൂർണ്ണതയെയും സൂചിപ്പിക്കുന്നു.

2.ചെറിയ വൃത്തവും ഒപ്പിടക്കൽ ലൈനും ഒരു താക്കോൽ ദ്വാരത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു, ഒപ്പം സുരക്ഷിതത്വം, കരുത്ത് എന്നിവയുടെ പ്രതീകം കൂടിയാണിത്.

3.വലിയ വൃത്തത്തിന്റെ മധ്യത്തിലുള്ള ചെറിയ വെള്ളവൃത്തം ജലാശയത്തിലേക്കെറിയുന്ന കല്ലിന്റെ പ്രതീകമാണ്. ജലാശയത്തിൽ പതിക്കുന്ന കല്ല് നിരവധി കുമിളകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. അതുപോലെ ഒരിക്കൽ നിക്ഷേപിച്ചാൽ നിക്ഷേപം പതിന്മടങ്ങായി വളരുന്നു എന്ന ആശയമാണ് ഇതിലുള്ളത്.

The logo of the State Bank of India is a blue circle with a small cut in the bottom that depicts perfection and the small man the common man - being the center of the bank's business.

അമൂൽ

ഒരുപാട് കുസൃതിയും ഒത്തിരിയൊത്തിരി നിഷ്കളങ്കതയും ജനിപ്പിക്കുന്ന അമൂൽ ഗേൾ 5 പതിറ്റാണ്ടുകളായി ഓരോ ഭാരതീയന്റെയും സ്നേഹരുചിയായി തുടരുന്നു.

അമൂൽ ലോഗോയൊടൊപ്പമുള്ള അമൂൽ ഗേളിന്റെ ചാരുതയാർന്ന ചിത്രം ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഒരിക്കലും മറക്കാനാവില്ല. ഇന്ത്യയുടെ രുചിയായി അമൂൽ ബ്രാൻഡ് പൊസിഷനിംഗ് ചെയ്തതിൽ അമൂൽ ഗേളിന്റെ സജീവസാന്നിദ്ധ്യമുണ്ട്. 1966 ലാണ് അമൂൽ ഗേൾ വിപണിയിലെത്തുന്നത്. ഉരുണ്ട കണ്ണുകളും, നീലമുടിയിഴകളുമുള്ള ഊർജ്ജസ്വലയായ ഒരു കൊച്ചുസുന്ദരിയായിരുന്നു അവൾ. ഇന്ത്യൻ ധവളവിപ്ലവത്തിന്റെ പിതാവും മലയാളിയുമായ വർഗീസ് കുര്യന്റെ മാനസപുത്രിയായിരുന്നു അമൂൽ.

അമൂലിന്റെ ബ്രാൻഡ് പ്രമോഷൻ ജോലികളുടെ ചുമതല മുംബൈയിലെ ഡാ കുൻഹ (DA CUNHA) എന്ന ഏജൻസിക്കായിരുന്നു. പരമ്പരാഗത രീതിയിലുള്ള ബ്രാൻഡ് പ്രമോഷൻ വളരെ ചിലവേറിയതായതിനാൽ വ്യത്യസ്തമായ ഔട്ടഡോർ പബ്ലിസിറ്റിയുടെ വഴിതേടാൻ ഡാ കുൻഹ ഫൗണ്ടർ ചെയർമാൻ സിൽവസ്റ്റർ ഡാകുൻഹ (SYLVESTER DA CUNHA) തീരുമാനിച്ചു. അമൂലിന്റെ ഔട്ട്ഡോർ ഹോർഡിംഗുകൾ പ്രൈംസ്പോട്ടുകളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുക.ും വളരെപ്പെട്ടന്ന് ജനശ്രദ്ധപിടിച്ചുപറ്റുകയും ചെയ്തു.

1966 ൽ ആർട്ട് ഡയറക്ടറായ Eustace Fernandes ആണ് അമൂൽഗേളിന് ജീവൻ നൽകിയത്. ഒപ്പം, വളരെ രസകരമായ ഒരു ക്യാച്ച് ഫ്രെയ്സും ഇതിനോടൊപ്പം ചേർത്തിരുന്നു.

Utterly butterly Amul

ബട്ടർലി എന്ന പദം വ്യാകരണത്തെറ്റാണെന്ന വിമർശനവു





Toyota യുടെ ആദ്യകാല ലോഗോ

മായി വ്യാകരണപ്പടുക്കൾ രംഗത്തു വന്നു, പക്ഷേ, ജനം ബട്ടർലിയെ നെഞ്ചേറ്റിലാളിച്ചു. ഈ ക്യാച്ച് ഫ്രെയ്സിനു പിന്നിലെ ശക്തി സിൽവസ്റ്ററിന്റെ സഹധർമ്മിണി നിഷ ഡാകുൻഹയായിരുന്നു (Nisha DaCunha).

Amul's famous slogan, which is now a part of its logo, was created in 1994 by Shri Kanon Krishna of a Mumbai-based advertising agency called Advertising and Sales Promotion (ASP). According to Amul, the Taste of India slogan is more than just corporate positioning or advertising jargon. This slogan lends meaning to the brand's never-ending commitment to taking quality food and products to the rural man, which he otherwise couldn't have afforded.

ടയോട്ട

ടയോട്ട എന്ന പേര് ലോകം മുഴുവൻ സുപരിചിതമാണ്. ആഗോള ഓട്ടോമോട്ടീവ് സാമ്രാജ്യത്തിലെ കിരീടം വെക്കാത്ത രാജാക്കന്മാരായി ടയോട്ട എന്ന നാമം മാറിക്കഴിഞ്ഞു. ഓട്ടോമൊബൈൽ രംഗത്തെ വിസ്മയമായ ടയോട്ട പക്ഷേ ഹരിശ്രീ കുറിച്ചത് ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, ഓട്ടോമാറ്റിക് ലൂംസ് എന്നിവയുടെ വിപണനത്തിലാണ്. ഏറ്റവും രസകരമായ സംഗതി ഇതൊന്നുമല്ല, ടയോഡ ഓട്ടോമാറ്റിക് ലൂം വർക്സ് എന്നായിരുന്ന ആ കമ്പനിയുടെ പേര്.

1930 കളിൽ ജാപ്പനീസ് ഗവൺമെന്റിന്റെ നിർദ്ദേശപ്രകാരം ടയോഡ കമ്പനി ഓട്ടോമൊബൈൽ രംഗത്തേക്ക് അവരുടെ പ്രവർത്തനമേഖല വിപുലീകരിക്കണം എന്ന ചരിത്രപ്രധാനമായ തീരുമാനം കൈക്കൊള്ളുകയുണ്ടായി. ചൈനയുമായുള്ള യുദ്ധമാണ് ഈ നീക്കത്തിനു കാരണം.

കമ്പനിയുടെ ചീഫായിരുന്ന കചിറോ ടയോഡ (Kiichiro Toyoda) ഈ ലക്ഷ്യവുമായി യൂറോപ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലുടനീളം സഞ്ചരിച്ചു. ഓട്ടോമൊബൈൽ നിർമ്മാണത്തിന്റെ എല്ലാവശങ്ങളും ആഴത്തിൽ പഠിക്കാൻ ഈ യാത്രകൾ കചിറോയെ സഹായിച്ചു. 1934 ടയോട്ടയുടെ ചരിത്രത്തിലെ വിപ്ലവകരമായ വർഷമായിരുന്നു. കമ്പനി അവരുടെ ഫസ്റ്റ് ടൈപ്പ് എഞ്ചിൻ (Type A) നിർമ്മിച്ചു. ഒരു വർഷത്തിനു ശേഷം, ടയോഡ അവരുടെ ആദ്യ പാസഞ്ചർകാർ (AA passenger car) വിപണിയിലിറക്കി പുതിയ ചരിത്രമെഴുതി.

തുടർന്ന്, ടയോഡ ഓട്ടോമാറ്റിക് ലൂം വർക്സിന്റെ ഓട്ടോമൊബൈൽ മാനുഫാക്ചറിംഗ് വിംഗ് ടയോട്ട എന്ന പുതിയ പേര് സ്വീകരിച്ചു. ഒരക്ഷരം നീക്കം ചെയ്യുകമാത്രമാണ് ഇവിടെ സംഭവിച്ചത്.

ടൊയോട്ട ലോഗോ ലോജിക്

ജപ്പാൻ ഭാഷയിൽ ടൊയോ എന്നാൽ സമൃദ്ധി എന്നാണർത്ഥം. 'ട്ട 'എന്നാൽ അരി. സമൃദ്ധമായ അരി എന്ന ബിംബം ഐശ്വര്യത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. മൂന്ന് ദീർഘവൃത്തങ്ങൾ അടങ്ങിയതാണ് ടൊയോട്ടയുടെ എംബ്ലം. ഇവിടെ കസ്റ്റമറുടെയും ഉല്പന്നത്തിന്റെയും ഹൃദയങ്ങളെ ഇത് പ്രതിനിധീകരിക്കുന്നു. മൂന്നാമത്തെ വൃത്തം സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ച് താണ്ടാനുള്ള ദൂരങ്ങളെ കുറിക്കുന്നു. കമ്പനിയുടെ വിശ്വസ്തതയും കസ്റ്റമറുടെ വിശ്വാസവും സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ അനന്തസാധ്യതകളും ഈ മൂന്നു വൃത്തങ്ങളിലൂടെ ഒന്നാവുന്നു. പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള ശൂന്യസ്ഥലം ടെക്നോളജിയിലൂടെ ലോകം കീഴടക്കാനുള്ള ടൊയോട്ടയുടെ ആത്മവിശ്വാസത്തെ കാണിക്കുന്നു. ●

Since toyoda literally means "fertile rice paddies", changing the name also prevented the company from being associated with old-fashioned farming. The newly formed word was trademarked and the company was registered in August 1937 as the Toyota Motor Company.

In 1990, Toyota debuted the three overlapping Ellipses logo on American vehicles. The Toyota Ellipses symbolize the unification of the hearts of our customers and the heart of Toyota products. The background space represents Toyota's technological advancement and the boundless opportunities ahead.



കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com

സ്വരൂപം



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

കുഞ്ഞുമാണിയിൽ നിന്നും മാണിയിലേക്ക്

ഇത് കാപ്പൻ. മാണി സി കാപ്പൻ

ഒരുകാലത്ത് ഏറെ മെയ്‌വഴക്കമുള്ള വോളിബോൾ കളിക്കാരനായിരുന്നു, പിന്നെ സിനിമ നിർമ്മാതാവ്, സംവിധായകൻ, തിരക്കഥാകൃത്ത്, നടൻ, ഒടുവിൽ തനി രാഷ്ട്രീയക്കാരനായി.

പാലായിൽ കാപ്പിൻ കുടുംബത്തിൽ ചെറിയാൻ ജെ കാപ്പന്റെയും ത്രേസിയാമ്മയുടെയും പതിനൊന്നു മക്കളിൽ ഏഴാമത്തെ പുത്രനായി ജനനം. അപ്പൻ ചെറിയാൻ ജെ കാപ്പൻ സ്വാതന്ത്ര്യ സമരസേനാനി, അഭിഭാഷകൻ, ലോക്സഭാ അംഗം, നിയമസഭാംഗം, എന്തിനേറെ മഹത്തായ പാലാ മുൻസിപ്പൽ ചെയർമാൻ കൂടിയായിരുന്നു. മാണി സി കാപ്പനോടൊപ്പം മറ്റ് രണ്ട് സഹോദരന്മാരും പാലാ മുൻസിപ്പൽ കൗൺസിലറന്മാരായിരുന്ന് കാപ്പൻ ബ്രദേഴ്സ് ചരിത്രം സൃഷ്ടിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

കോൺഗ്രസ് എസ് സംസ്ഥാന ട്രഷറർ, പാലാ മുൻസിപ്പൽ കൗൺസിലർ, എൻസിപിയുടെ സംസ്ഥാന ട്രഷറർ ഇങ്ങനെ പല വേഷങ്ങളും മാണി സി കാപ്പൻ കെട്ടിയാടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

14 വർഷത്തോളും കായിക രംഗത്ത് നിലയുറപ്പിച്ചതുകൊണ്ട് നല്ല മെയ്‌വഴക്കം മാത്രമല്ല, മാനസിക പക്വതയും ആർജിച്ചു എന്നതിന് ഉത്തമതെളിവല്ലേ, 2012-ൽ 'മേലേ പറമ്പിൽ ആൺവീട്' എന്ന ടിയാന്റെ ചിത്രം ആസാമിസ് ഭാഷയിൽ കക്ഷി തന്നെ സംവിധാനവും നിർമ്മാണവും നിർവഹിച്ചുക്കൊണ്ട് പുറത്തിറക്കിയത്.

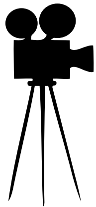
മൂന്നുവട്ടം എൽഡിഎഫ് നിയമസഭാ സ്ഥാനാർത്ഥിയായി പാലായിൽ കെ എം മാണിയെ നേരിടാൻ ചങ്കൂറ്റം കാട്ടി. ഇപ്പോഴിതാ 55 വർഷം കുഞ്ഞുമാണി കയ്യടക്കിവച്ച പാലായെ പാട്ടിലാക്കി വിജയശ്രീലാളിതനായിരിക്കുന്നു. കാപ്പന് നമോവാകം.







CREW



Client: Soorath Wedding Centre
Producer & Directer : Aneesh R Babu
Team Soorath: Navas, Sulfi, Naufal
DOP: Pramod K Pillai
Artists: Abhirami Bharhavan, Parwathy Somnath, Renu Soundar, Konjitha John.
Production House: Kautilya Frames, Kottarakkara and Kochi
Location: Thankasseri Breakwater Kollam, Harrisson Malayalam Ltd. British Bungalow Kollam.
Project Designer: Ajeesh R Babu
Production Controller: Praveen B Menon

Cuts: Srikesh Sreenivas
Music: Jassie Gift
Associate Director: Harris Hassan
Makeup Artist: Jaseena Kadavil
Costume Designer: Shinu Ushas
Art Direction: Aji R Prasad & Benny Panicker
Singer: Jassie Gift
Asst. Director: Rahul S Kumar, Renjith
Spot Editor: Balu Omanakkutan
Makeup Asst: Abhishek
Still Asst: Rahul
Costume Asst. : Anjitha
Production Manager: Dhanesh
Editing Studio: Kautilya Frames, Kottarakkara

Still Photography : Seni P Arukattu
Location Stills: Ajith Sankar
Making Video: Padmakumar Kayamkulam
Camera Unit: Three Dots, Edappally,
Camera Team: Sadique, Albin, Alex, Anish, Jothish
Light Unit: We One Unit, Cochin
Light Crew: Babukuttan, Ramanan, Bala, Kannan, Renju, Vishnu.
Jib Team: Madhu, Shyam, Ani Ajayan, Vishak, Sasidhara kurup, Sudarshan.
Helicam Operator: Midhun Drona
Crane: Gopakumar, Suni
Mess: Ritz Hotel, Kollam

IT'S OUT

TODAY'S GENERATION NEEDS ALL THE ANSWERS

2019 OCTOBER

ബെത്സാദ
മാഗസിൻ

പുസ്തകം 17 ലക്കം 09



താഴ്‌വരകളിൽ ചിതറിപ്പാർക്കുന്നവർ
ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ

മനസ്സേ ഉറങ്ങു
ഫാ. ഡോ. എ.പി. ജോർജ്ജ്

ചുരുളഴിയുന്ന വചനങ്ങൾ
ജോജിയച്ചൻ

ആർക്കും അമാനുഷികനാകാം
ജോഷി ജോർജ് എഴുതുന്ന
ബ്രൂസ് ലിയുടെ കഥ

BETHSADA MAGAZINE

Vengola P.O, Perumbavoor 683556,
Ernakulam Dist., Kerala
E-mail : bethsada@gmail.com,
✆ 9947176922, 9895922316



വിശുദ്ധ വിലക്കുകൾ മറികടക്കുന്ന പ്രണയം

എന്തുകൊണ്ടും ഈ സിനിമ വ്യത്യസ്ഥം തന്നെ. ഇതൊരു പ്രണയ കഥ മാത്രമല്ല, കലാപരമായി സയൻസിനെ എങ്ങനെ കൃത്യമായി ഉപയോഗിക്കാം എന്ന് കൂടി ഈ സിനിമ പറഞ്ഞു തരുന്നു.

WOMB (വൂംബ്) (ഹംഗറി)
സംവിധാനം : Benedek Fliegauf

പ്രണയം ആണ് ഏറ്റവും തീക്ഷ്ണമായ വികാരമെന്നത് തെളിയിക്കുകയും ഒപ്പം ചിലപ്പോഴൊക്കെ നമ്മെ അന്ധാളിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന വിഷയമാണ് ഗർഭപാത്രം എന്ന അർത്ഥം വരുന്ന Womb (വൂംബ്) എന്ന ഹംഗേറിയൻ സിനിമയിൽ ഉള്ളത്. എന്തു കൊണ്ടും ഈ സിനിമ വ്യത്യസ്തം തന്നെ . ഇതൊരു പ്രണയകഥ മാത്രമല്ല, കലാപരമായി സയൻസിനെ എങ്ങനെ കൃത്യമായി ഉപയോഗിക്കാം എന്ന് കൂടി ഈ സിനിമ പറഞ്ഞു തരുന്നു. ഒരു വിഷയം എങ്ങനെ സാമൂഹിക ഇടപെടലിലേക്ക് ഇഴുകിച്ചേരാം, അതൊരു സംവാദമാക്കാം, ഇങ്ങനെയും ചിന്തിക്കാം എന്ന് ഒരു നാമ്പ് ഈ സിനിമ ഓർമ്മിക്കുന്നുണ്ട് ...

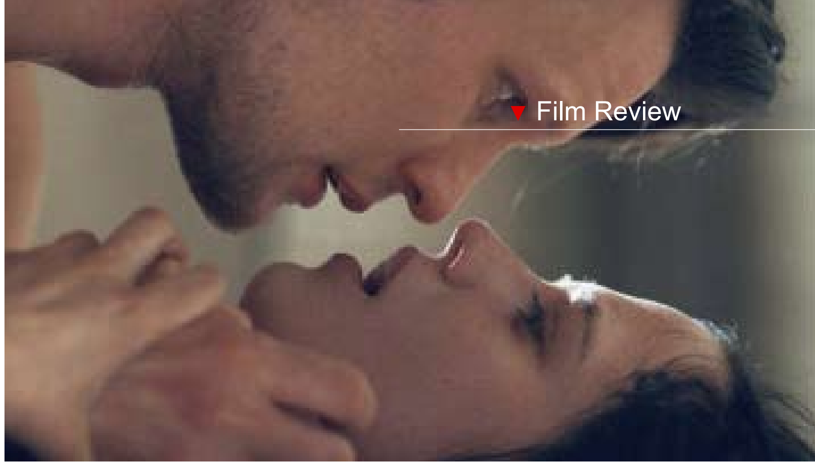
റെബേക്ക, ടോമി എന്നീ രണ്ട് കുട്ടികൾ തമ്മിലുള്ള പ്രണയകഥയാണ് സിനിമയിൽ പറയുന്നത് എങ്കിലും നാം കണ്ടു ശീലിച്ച പ്രണയ കഥയുടെ ശ്രേണിയിൽ ഇതിനെ ഉൾപ്പെടുത്താനാവില്ല. റബേക്ക അമ്മയോടൊപ്പം ജപ്പാനിലേക്ക് പോകുന്നതോടെ റബേക്കയും ടോമും കണ്ടുമുട്ടാൻ സാധിക്കാത്തവിധം അകലെയാകുന്നു, എന്നാൽ രണ്ടുപേരുടെയും ഉള്ളിൽ കിളിർത്ത പ്രണയം അതെ പച്ചപ്പോടെ വീണ്ടും പന്ത്രണ്ട് വർഷത്തിനു ശേഷം കാണുമ്പോളും നിലനിൽക്കുന്നു. ടോം അപ്പോഴേക്കും ഒരു രാഷ്ട്രീയ പ്രവർത്തകൻ ആയി മാറി, അതും ക്ലോണിങ് വഴി കൃത്രിമമായി സൃഷ്ടിച്ച മൃഗങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തി ഒരു പാർക്ക് നിർമ്മിക്കാൻ ഒരുങ്ങുന്ന ബയോടെക് കമ്പനിക്കെതിരെ സമരമുഖത്താണ് ടോം. റബേക്ക കംപ്യൂട്ടർ സോഫ്റ്റ് വെയർ പ്രോഗ്രാമറും. തുടർന്ന് സംഭവിക്കുന്നത് ചിലപ്പോൾ നമ്മുടെ സദാചാര

You are the same today as you'll be in five years except for the people you meet and the books you read

-- Charlie Tremendous Jones

When you sell a man a book you don't sell him just 12 ounces of paper and ink and glue you sell him a whole new life

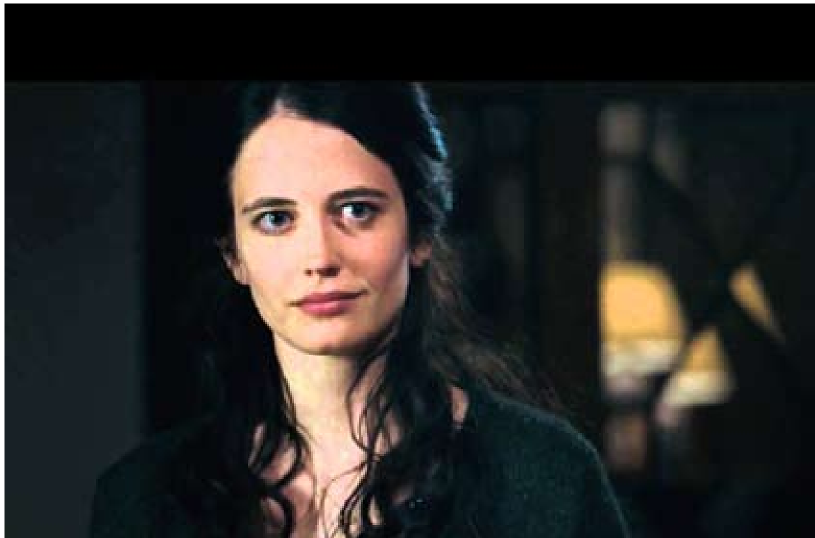
-- Christopher Morley



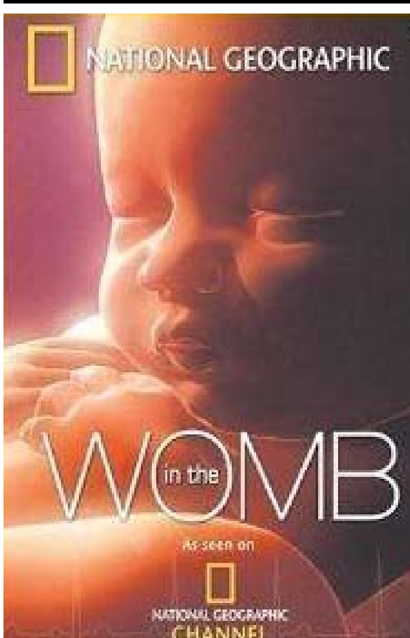
വിചാരങ്ങളെയും ചോദ്യം ചെയ്തേക്കാം. വിശുദ്ധ വിലക്കുകളെ മറികടന്നുള്ള സയൻസ് അതിന്റെ മുന്നേറ്റങ്ങളിലൂടെ സഞ്ചരിക്കുമ്പോൾ നേടിയെടുത്ത വ്യത്യസ്തമായ ഒരു ബന്ധത്തിന്റെ കഥയാണ് ഈ വൂമ്പ് എന്ന സിനിമയിലൂടെ നാം കാണുന്നത്. ക്ളോണിംഗ് എന്ന വിപ്ലവകരമായ കണ്ടുപിടുത്തം ജീവശാസ്തപരമായ വലിയ ചിന്തകൾക്കും ഒപ്പം ഇതുപോലുള്ള കലാ സൃഷ്ടികൾക്കും കാരണമാകുന്നു. തന്നെ ജീവനു തുല്യം സ്നേഹിക്കുന്ന കാമുകൻ ഒരു ദിവസം അപ്രതീക്ഷിതമായി അപകടത്തിൽ മരണപ്പെട്ടാൽ ഏതൊരു കാമുകിയും അവരുടെ ജീവൻ വരെ കാമുകന് നൽകാൻ തയ്യാറാകും അത്തരത്തിൽ നിരവധി പ്രണയ സിനിമകൾ നാം കണ്ടിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ ഇവിടെ അവൾ ചെയ്യുന്നത് അതല്ല. അപകടത്തിൽ മരിച്ച കാമുകനെ ക്ലോൺ ചെയ്തു ഗർഭം ധരിച്ചു വീണ്ടും ജനിപ്പിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി കാത്തിരിക്കുന്ന കാമുകിയുടെ കഥയാണ് ഈ സിനിമ. ടോമിനെ ഗർഭം ധരിച്ചു റബേക്ക പ്രസവിക്കുന്നു, തന്റെ ഉദരത്തിൽ കാമുകൻ ഭ്രൂണമായി വളരുന്നു എന്ന യാഥാർഥ്യം ഇതുണ്ടാക്കുന്ന സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങൾ, സദാചാര വിചാരങ്ങളിലൂടെയൊക്കെ സമർത്ഥമായി ഈ സിനിമ കടന്നുപോകുന്നു. ടോം ഒരു പൂർണ്ണ യുവാവ് ആകുന്നതോടെ തന്റേതായ ചില വ്യക്തിത്വ സ്വഭാവങ്ങൾ പ്രകടമാകുന്നു, റബേക്കയുടെ മുതിർന്ന പുത്രൻ എന്നാൽ ടോം എന്ന കാമുകനും ഈ അങ്കലാപ്പിലൂടെ സമർത്ഥമായി സിനിമ കൊണ്ടുപോകുന്നു. നാം സ്വീകരിച്ചുപോരുന്ന സദാചാര്യ മൂല്യങ്ങളെ വെല്ലുവിളിക്കുന്ന രീതിയിൽ റബേക്കയും ടോമും തമ്മിൽ ഉണ്ടാകുന്ന ലൈംഗിക ബന്ധം ഏവരെയും അത്ഭുതപ്പെടുത്തും. പുരൂരവസിന്റെ യുവത്വം വാങ്ങി വരുന്ന യയാതിയെ കണ്ടു വരുന്നത് മകനോ അമ്മയോ എന്ന് അങ്കലാപ്പിലാകുന്ന ശർമിഷ്ഠയെ എൻ.എസ്. മാധവൻ കഥയാക്കിയിട്ടുണ്ട്. ടോമിന്റെ ഡി എൻ എ വഴി റബേക്ക ഗർഭിണിയാകുമ്പോൾ തന്നിൽ വളരുന്നത് പത്തു മാസത്തിൽ പ്രസവിക്കുന്ന കുഞ്ഞിനെ കാമുകനോ മകനോ ആയി കാണാൻ സാധിക്കുക എന്ന അങ്കലാപ്പ് ഈ കാത്തിരിപ്പിൽ നമ്മെ എത്തിക്കും. ഇവാ ഗ്രീനിന്റെ മികച്ച അഭിനയം നമ്മെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തും, റബേക്കയാകാൻ കുറച്ചു ധൈര്യം വേണം.... കാമുകനെ ഗർഭം ധരിച്ചു കാത്തിരിക്കുന്ന റബേക്കയായി ഇവാ ഗ്രീൻ നന്നായി കഥാപാത്രത്തെ ഉൾക്കൊണ്ട് ചെയ്തു. ടോം ആയി മാറ്റ് സ്മിത്തും മത്സരിച്ചു അഭിനയിച്ചു. ഈഡിപ്പസ് കോംപ്ലക്സ് വിഷയമാക്കി ധാരാളം സിനിമകൾ വന്നിട്ടുണ്ട് എന്നാൽ ഇത് മറ്റൊരു തലം നമുക്ക് മുന്നിൽ തുറന്നു വെക്കുന്നു. ഗർഭപാത്രം എന്ന ഈ സിനിമാ എന്തുകൊണ്ടും വ്യത്യസ്തം തന്നേ. പ്രണയം നൽകുന്ന വ്യത്യസ്തമായ ഒരനുഭവം ആണ് ഈ സിനിമ. ലിസ്‌ലി മാൻവില്ല, പീറ്റർ വൈറ്റ്, ഹന്നാ മുറെ തുടങ്ങിയവരും ഈ ചിത്രത്തിൽ അഭിനയിച്ചിട്ടുണ്ട്. ബെനഡിക് ഫ്ലിംഗാഫിന്റെ 2009 ൽ ഇറങ്ങിയ ഈ ചിത്രം വിവിധ ചലചിത്രമേളകളിലെ ശ്രദ്ധേയമായ ചിത്രമായിരുന്നു ഇന്നും ഈ ചിത്രം ചർച്ചാ വിഷയമാണ്. ●

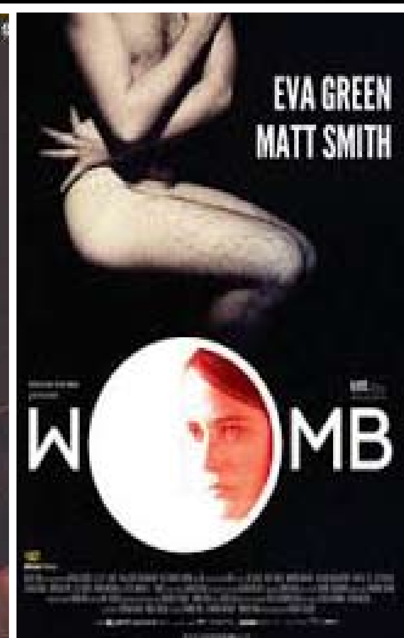


ഫൈസൽ ബാവ









കൈവിരലുകൾ കഥ പറയുമ്പോൾ



ചെറിയ ആംഗ്യങ്ങൾക്ക് വലിയ സ്വാധീനം ചെലുത്താൻ കഴിവുണ്ട്
– *ജൂലിയാന മാർഗുലീസ്*

സ്വന്തമായി നിൽക്കുമ്പോൾ സംഭാഷണത്തിന് പകരമാവുകയും വാക്കുകൾക്കൊപ്പം ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ആശയവിനിമയത്തിന് കരുത്ത് കൂട്ടുകയും ചെയ്യുന്ന ശക്തമായ ശരീര ഭാഷാ പ്രതിഭാസമാണ് ആംഗ്യങ്ങൾ (gesture) എന്നത്. ആംഗ്യങ്ങൾ കാണിക്കുവാനുള്ള കഴിവ് ജന്മസിദ്ധമാണ്. ശ്രോതാക്കളുടെ ശ്രദ്ധ സംഭാഷകനിലേക്ക് ആകർഷിക്കുവാൻ ആംഗ്യങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു. അതോടൊപ്പം തന്നെ കൂടുതൽ വേഗത്തിൽ ഒഴുക്കോടെ സംസാരിക്കുവാൻ ഇത് നമ്മെ അനുവദിക്കുന്നു. ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് സംസാരിച്ചാൽ നമ്മൾ പറയുന്ന കാര്യം മറ്റുള്ളവർ ഓർമിക്കുവാനുള്ള സാധ്യത കൂടുതലാണ്. സംസാരിക്കുന്ന ആളിന്റെ വൈകാരിക അവസ്ഥയെപ്പറ്റി സൂചന തരുന്നതോടൊപ്പം ചിന്തകളെ പ്രതിഫലിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ശരീരഭാഷ മാർഗമാണ് ആംഗ്യങ്ങൾ എന്നത്. രാഷ്ട്രീയക്കാർ, അദ്ധ്യാപകർ, ടെലിവിഷൻ അവതാരകർ, പ്രാസംഗികർ തുടങ്ങി ഒട്ടുമിക്ക തൊഴിൽ മേഖലകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നവരും സംഭാഷണത്തോടൊപ്പം ആംഗ്യങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നവരാണ്. ഇത് അവരുടെ വാക്കുകൾക്ക് കൂടുതൽ കരുത്തും അർത്ഥവും നൽകുന്നു എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം.

ആംഗ്യങ്ങൾ നമ്മുടെ ആശയത്തിന്റെ മൂല്യം ഏകദേശം 60 ശതമാനം കൂട്ടുന്നു എന്നാണ് പറയപ്പെടുന്നത്. ഹോളർ, ബെറ്റി എന്നീ രണ്ട് ഗവേഷകർ ഏകദേശം ആയിരം മണിക്കൂർ ലോകപ്രശസ്തമായ റ്റെഡ് റ്റോക്കുകൾ (Ted Talks) നിരീക്ഷിച്ചതിൽ നിന്ന് കണ്ടെത്തിയത് ശരാശരി പതിനെട്ട് മിനിട്ടുള്ള പ്രഭാഷണങ്ങളിൽ 272 തവണ കൈകൾകൊണ്ടുള്ള ആംഗ്യങ്ങൾ കാണിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്നതാണ്. കൂടുതൽ പ്രശസ്തങ്ങളായ പ്രഭാഷണങ്ങൾ പരിശോധിച്ചപ്പോൾ അവർ കണ്ടെത്തിയത് ആ പ്രഭാഷണങ്ങളിലെ ആംഗ്യങ്ങളുടെ എണ്ണം 465 തവണ എന്നതായിരുന്നു. സാധാരണ പ്രഭാഷണങ്ങളുടെ ഇരട്ടിയോളം. സംഭാഷണത്തിൽ ആംഗ്യങ്ങളുടെ പ്രാധാന്യത്തിലേക്കാണ് ഇത് വിരൽ ചൂണ്ടുന്നത്.

സംസ്കാരങ്ങൾക്കനുസരിച്ച് ചെറിയ ചില വ്യത്യാസങ്ങൾ വരുമെങ്കിലും ആംഗ്യങ്ങൾ എന്നത് സാർവ്വത്രികമായ ഒന്നാണ്. എല്ലാ സംസ്കാരത്തിലുമുള്ള ആളുകൾ ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. എങ്കിലും ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ചുവടെ പറയുന്ന കാര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്നത് ഉചിതമായിരിക്കും.

* സംഭാഷണത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന ആംഗ്യങ്ങളെപ്പറ്റി ശരിയായ ബോധ്യമുണ്ടായിരിക്കുക.

* ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ സ്വാഭാവികത ഉറപ്പുവരുത്തുവാൻ ശ്രദ്ധിക്കുക.

* സംഭാഷണങ്ങൾ വീഡിയോയിൽ ചിത്രീകരിക്കുകയും അവ പരിശോധിച്ച് കുറവുകൾ നികത്തുകയും ചെയ്യുക.

* ഉപയോഗിക്കുന്ന ആംഗ്യങ്ങൾ സന്ദർഭോചിതവും സ്വീകർത്താക്കളുടെ സംസ്കാരവുമായി ചേർന്ന് പോകുകയും ചെയ്യുന്നതാണെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തുക.

ആംഗ്യങ്ങൾ പ്രകടിപ്പിക്കുന്ന സന്ദർഭത്തിൽ അവ നാം നെഞ്ചിനും അരക്കെട്ടിനും ഇടയിലുള്ള സ്ഥലത്ത് വരുന്ന രീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നതാണ് ഉചിതം.

ആംഗ്യങ്ങളും അർത്ഥവും

1, 2, 3 ആംഗ്യം

എണ്ണത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന ആംഗ്യങ്ങളാണിവ. ആർക്കും എളുപ്പത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുവാൻ കഴി യുന്ന ഒരു ആംഗ്യമാണിത്. ഉദാഹരണത്തിന് ഒരാൾക്ക് മൂന്നു കാര്യങ്ങൾ പറയണമെന്നിരിക്കട്ടെ അപ്പോൾ ഓരോ കാര്യം പറയുമ്പോഴും അതിന് യോജിക്കുന്ന എണ്ണത്തെ സൂചിപ്പിക്കുന്ന ആംഗ്യം കാണിക്കാവുന്ന താണ്. ചെറുത് ഇടത്തരം വലുത് എളുപ്പത്തിൽ കാ ണിക്കുവാൻ കഴിയുന്ന മറ്റൊരു ആംഗ്യമാണിത്. ഇത് രണ്ട് രീതിയിൽ കാണിക്കുവാൻ സാധിക്കും. ഒന്നാമതാ യി താഴെനിന്ന് മുകളിലേക്ക് തട്ടുകളായിട്ട്. രണ്ടാമതാ യി വശങ്ങളിൽ നിന്ന് വശങ്ങളിലേക്കും. താഴെനിന്ന് മുകളിലേക്ക് ആംഗ്യം കാണിക്കുമ്പോൾ ചെറുതിനെ സൂചിപ്പിക്കുവാൻ കൈ ഏറ്റവും താഴെ നിർത്തുക. ഇടത്തരത്തെ സൂചിപ്പിക്കുവാൻ നെഞ്ചിനുതാഴെയും വലുതിനെ സൂചിപ്പിക്കുവാൻ നെഞ്ചിനു മുകളിലും വരത്തക്കവിധം ആംഗ്യം കാണിക്കുക. വശത്തുനിന്ന് വശത്തേക്ക് പ്രകടിപ്പിക്കുമ്പോൾ ഒരു വശം ചെറു തിനെയും ശരീരത്തിന്റെ മധ്യഭാഗത്ത് വരുന്ന ആംഗ്യം ഇടത്തരത്തേയും അവസാന വശം വലുതിനേയും സൂ ചിപ്പിക്കുന്നു.

ചെറിയ പോയിന്റിന് പ്രാധാന്യം കൊടുക്കുമ്പോൾ

ഏതെങ്കിലും ഒരു ചെറിയ പോയിന്റിന് പ്രാധാന്യം കൊടുത്ത് സംസാരിക്കുമ്പോൾ കൈയ്യിൽ ഏന്തെങ്കി ലും നുള്ളി എടുത്തിട്ടുണ്ട് എന്ന മട്ടിലുള്ള ആംഗ്യം ഫലപ്രദമായിരിക്കും.

മൊത്തത്തിൽ

മൊത്തത്തിൽ അഥവാ പൊതുവേ എന്നത് സൂചി പ്പിക്കുവാൻ രണ്ട് തരത്തിലുള്ള ആംഗ്യങ്ങൾ നമ്മെ സഹായിക്കുന്നു. മേശ തുടയ്ക്കുന്നതിന് സമാന മായ ആംഗ്യമോ ഗ്ലാസ് മായ്ക്കുന്നതിന് സമാനമായ ആംഗ്യമോ ഇതിനായി ഉപയോഗിക്കാം.

ഹൃദയത്തിൽ തൊട്ട വിരലുകൾ

വിരലുകൾ നെഞ്ചിൽ തൊടുന്ന തരത്തിലുള്ള ആംഗ്യങ്ങൾ നാം പലപ്പോഴും കാണാറുണ്ട്. ആത്മാർ ത്ഥതയും സത്യസന്ധതയും പ്രകടിപ്പിക്കുവാനുള്ള ആംഗ്യമാണിത്.

തുറന്ന കൈവിരലുകൾ

തുറന്ന കൈപ്പത്തിയും കൈവിരലുകളും സംഭാഷകന് ഒന്നും മറച്ചുവ യ്ക്കാനില്ല എന്ന് സൂചിപ്പിക്കുന്ന ആംഗ്യമാണ്.

ചേർന്ന കൈവിരലുകൾ

ആത്മവിശ്വസത്തെയും ശക്തിയേയും സൂചിപ്പിക്കുന്നതിനായി ഇപ്പോൾ വ്യാപകമായി ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു ആംഗ്യമാണിത്.

മുഷ്ടി ചുരുട്ടൽ

വിജയവും ശക്തിയും പ്രകടിപ്പിക്കുന്നതിനും ആശയങ്ങൾക്ക് കൂടു തൽ പ്രാധാന്യം നൽകുന്നതിനും ഇത് ഉപയോഗിക്കുവാൻ സാധിക്കും.



ക്യാരറ്റ് മുറിക്കൽ

ക്യാരറ്റ് മുറിക്കുന്നതിന് സമാനമായ ആംഗ്യം സംഭാഷണങ്ങളിൽ വ്യാപകമായി ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. പ്രധാനപ്പെട്ട ആശയങ്ങളെ സൂചിപ്പി ക്കുന്നതിനാണിത് ഉപയോഗിക്കേണ്ടത്.

ശ്രോതാവിന് നേരെ ചൂണ്ടിയ വിരലുകൾ ഒഴിവാക്കേണ്ട ഒരു ആംഗ്യമാ ണ്. ഇതിന് ഭീഷണിയുടെ ഒരു അർത്ഥമാണുള്ളത്. ആംഗ്യങ്ങളുടെ ഫല പ്രദമായ പ്രകടനത്തിന് കൈയ്യിൽ ഒന്നുമില്ല എന്നും കൈകൾ സ്വതന്ത്രമാ ണെന്നും ഉറപ്പു വരുത്തണം. പ്രസംഗം പറയേണ്ട സന്ദർഭത്തിൽ പോഡിയം ഉപയോഗിച്ചാൽ ആംഗ്യങ്ങൾ കാണിക്കുന്നതിന് ഒട്ടേറെ പരിമിതികൾ അനു ഭവപ്പെടും. ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള സംഭാഷണത്തിൽ അവ മാറി മാറി ഉപയോഗിക്കുവാനും നാം ശ്രദ്ധിക്കണം. ഏതെങ്കിലും ഒരു ആംഗ്യം കൂടുതലായി കാണിക്കുന്നത് ശ്രോതാവിൽ വിരക്തി ഉണ്ടാക്കാനേ സഹാ യിക്കുകയുള്ളൂ. ആത്മവിശ്വാസം പ്രകടിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ള മികച്ച മാർഗ്ഗമാ ണെങ്കിലും കൃത്യമായ പരിശീലനം ഇതിന് ആവശ്യമാണ്. ഫോൺ സം ഭാഷണ സമയത്ത് ആംഗ്യങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് സംസാരിച്ച് പരിശീലിച്ചാൽ സാധാരണ സംഭാഷണത്തിൽ കൂടുതൽ സ്വാഭാവികതയോടെ ആംഗ്യങ്ങ ളെ ഉപയോഗിക്കുവാൻ സാധിക്കും. നിങ്ങളുടെ ആംഗ്യങ്ങൾ നിങ്ങളെപ്പറ്റി പറയുന്നുണ്ട് എന്ന് മറക്കാതിരിക്കാം. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര

അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com



ഒന്നും അസാധ്യമല്ല എല്ലാം സാധ്യമാണ്

"മനുഷ്യൻ പലപ്പോഴും അവരെന്താണെന്നു വിശ്വസിക്കുന്നുവോ അതായിത്തീരുന്നു. എന്തെങ്കിലും ഒരു കാര്യം ചെയ്യാൻ എനിക്കു കഴിയുകയില്ലായെന്ന് വിശ്വസിച്ചാൽ അതു ചെയ്യുവാൻ സാധിക്കാതെ വരും. പക്ഷേ, എനിക്കു കഴിവുണ്ടെന്നാണ് വിശ്വസിക്കുന്നതെങ്കിൽ, തുടക്കത്തിൽ കഴിവില്ലെങ്കിൽ പോലും ആ കഴിവു നേടുവാൻ എനിക്കു സാധിക്കും."

– *മഹാത്മാഗാന്ധി*

ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിലെ എറ്റവും മികച്ച വനിതാ താരമായി അന്തർദേശീയ അത്‌ലറ്റിക് ഫെഡറേഷൻ തെരെഞ്ഞടുത്തത് 'പറക്കും വീട്ടമ്മ' എന്ന പേരിലറിയപ്പെടുന്ന നെതർലൻഡുകാരി ഫാനി ബ്ലാങ്കേഴ്സിനെയാണ്. 1948-ലെ ലണ്ടൻ ഒളിംപിക്സിൽ, നാലിനങ്ങളിൽ സ്വർണ്ണം നേടുമ്പോൾ രണ്ടു കുട്ടികളുടെ അമ്മ ആയിരുന്നു അവർ.

1936- ലെ ബർലിൻ ഒളിംപിക്സിൽ ആണ് ഫാനി ആദ്യമായി മത്സരിച്ചത്. പതിനെട്ടാം വയസ്സിലായിരുന്നു അത്. ഹൈജംപായിരുന്നു മത്സരയിനം. ആറാം സ്ഥാനമേ ലഭിച്ചുള്ളൂ. നിരാശപ്പെടാതെ ഫാനി അടുത്ത ഒളിംപിക്സിനായി കാത്തിരുന്നു. രണ്ടാം ലോക മഹായുദ്ധം മൂലം 1940, 44 വർഷങ്ങളിലെ ഒളിംപിക്സ് മത്സരങ്ങൾ നടന്നില്ല. 12 വർഷം കഴിഞ്ഞാണ് അടുത്ത ഒളിംപിക്സ് നടന്നത്. അപ്പോൾ ഫാനിക്ക് വയസ് 30. പല താരങ്ങളും വിരമിക്കുന്ന പ്രായം.

എങ്കിലും ഫാനി മത്സരിക്കാൻ തന്നെ തീരുമാനിച്ചു. വീട്ടമ്മയായ ഫാനി മത്സരങ്ങളിൽ പങ്കെടുക്കുന്നതിൽ പലരും എതിർപ്പു പ്രകടിപ്പിച്ചെങ്കിലും ഫാനി തന്റെ തീരുമാനത്തിൽ ഉറച്ചുനിന്നു. ഫലമോ ലണ്ടൻ മേളയിൽ 100 മീറ്റർ, 200 മീറ്റർ, 800 മീറ്റർ ഹർഡിൽസിൽ, 4 X 400 മീറ്റർ റിലേ എന്നീ ഇനങ്ങളിലായി മത്സരിച്ചു നാലു സ്വർണ്ണ മെഡലുകൾ. ലണ്ടൻ ഒളിംപിക്സിലെ ഏറ്റവും മികച്ച വനിതാ താരവും ഫാനി ബ്ലാങ്കേഴ്സ് ആയിരുന്നു.

നാല് മിനിറ്റിൽ താഴെ ഒരു മൈൽ ദൂരം പിന്നിടുക അസാധ്യം എന്നു ചിന്തിച്ചിരുന്ന കാലഘട്ടം. 1945 ൽ സ്വീഡന്റെ ഗുന്തർ ഹാഗ് 4 മിനിറ്റ് 1.30 സെക്കൻഡ് കൊണ്ട് ഒരു മൈൽ ഓടിയതായിരുന്നു ഏറ്റവും മികച്ച സമയം. 1953 ഏപ്രിലിൽ ബ്രിട്ടീഷുകാരനായ മെഡിക്കൽ വിദ്ധ്യാർത്ഥി റോജർ ബാനിസ്റ്റർ രംഗത്തെത്തി. ഗുന്തർ ഹാഗിനെ കടത്തിവെട്ടാനുള്ള ആദ്യ ശ്രമം വിജയിച്ചില്ല. റോജർ അന്നു കുറിച്ച സമയം 4 മിനിറ്റ് 3.6 സെക്കൻഡായിരുന്നു.

എന്നാൽ അതോടെ പിൻമാറാൻ റോജർ തയ്യാറായില്ല. 1953 മെയ് 6, കടുത്ത ചൂടുള്ള ദിവസം. നാലു ലാപ്പുകൾ ഉള്ള മത്സരത്തിൽ ആറു താരങ്ങളാണ് മത്സരിക്കാനിറങ്ങിയത്. ആദ്യ ലാപ്പ് റോജർ 57.7 സെക്കൻഡിൽ പൂർത്തിയാക്കി. രണ്ടാം ലാപ്പിന് 60.6





എഡ്മണ്ട് ഹിലാരി



റോജർ ബാനിസ്റ്റർ



ഫാനി ബ്ലാങ്കേഴ്സ്

സെക്കൻഡ് വേണ്ടി വന്നു. അരമൈൽ പിന്നിട്ടപ്പോൾ റോജർ എടുത്ത സമയം ഒരു മിനിറ്റ് 58.3 സെക്കൻഡ്.

മൂന്നാം ലാപ്പിൽ, കാണികളുടെ പ്രോത്സാഹനത്തിന്റെ ആവേശമുൾക്കൊണ്ട്, റോജർ അതുവരെ മുന്നിലായിരുന്ന ഒളിമ്പ്യൻ ക്രസ്ബാഷറെ പിന്തള്ളി മുന്നിലായി. എടുത്ത സമയം 62.4 സെക്കൻഡ്. അവസാന ലാപ്പിൽ, സർവ്വശക്തിയും സംഭരിച്ച്, ഒരു മിന്നൽ പിണർ പോലെ കുതിച്ച റോജർ ഒന്നാമതായി ഫിനിഷിംഗ് ലൈൻ തൊട്ടു. എടുത്ത സമയം 3 മിനിറ്റ് 59.4 സെക്കൻഡ്. അങ്ങനെ അന്നു വരെ അസാദ്ധ്യം എന്നു കരുതിയിരുന്ന 4 മിനിറ്റിൽ താഴെ ഒരു മൈൽ ദൂരം എന്ന സ്വപ്നം, റോജർ ബാനിസ്റ്റർ യാഥാർത്ഥ്യമാക്കി ചരിത്രത്തിന്റെ ഏടുകളിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ചു.

ലോക കായികചരിത്രത്തിൽ ഒരിക്കലും വിസ്മരിക്കാനാവാത്ത ദിവസങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് 1935 മേയ് 25. മിഷിഗണിലെ ബിഗ്ടെൺ ചാമ്പ്യൻഷിപ്പ്. 1936 ലെ ബർലിൻ ഒളിംപിക്സിനു മുന്നോടിയായിട്ടാണ് ഈ മത്സരം അരങ്ങേറിയത്. അലബാമയിൽ നിന്നുള്ള 21 കാരനായ വിദ്യാർത്ഥി ജെസി ഓവൻസ് അന്നു 45 മിനിറ്റു കൊണ്ട് 5 ലോക റെക്കോർഡുകൾക്ക് ഉടമയായി. 3.15 നു നടന്ന 100 വാര ഓട്ടത്തിൽ നിലവിലുള്ള ലോക റെക്കോർഡു സമയത്തിൽ (9.4 സെക്കൻഡ്) ഓടി എത്തിയ ഓവൻസ്, 3.25 ന് നടന്ന ലോംഗ് ജംമ്പിൽ 26 അടി എട്ടേകാൽ ഇഞ്ച് ചാടി ലോക റെക്കോർഡ് ഇട്ടു. 3.45 ന് നടന്ന 220 വാര ഓട്ടത്തിൽ വീണ്ടും സ്വർണ്ണം, ലോക റെക്കോർഡ്. എടുത്ത സമയം 20.3 സെക്കൻഡ്. 4 മണിക്ക് അടുത്ത സ്വർണ്ണം. അത് 220 വാര ഹർഡിൽസിൽ ലോക റെക്കോർഡ് ഓടെ. ഒരു ഒറ്റ ദിവസം ഏതെങ്കിലും കായിക താരം നേടുന്ന ലോക റെക്കോർഡുകളുടെ എണ്ണത്തിലുള്ള റെക്കോർഡ് ആണ് അഞ്ചാമത്തെ ലോക റെക്കോർഡ്. ബർലിൻ ഒളിംപിക്സിനും (1936) 100 മീറ്റർ, 200 മീറ്റർ ലോംഗ് ജംമ്പ്, 4 X 100 മീറ്റർ, റിലേ എന്നിങ്ങനെ പങ്കെടുത്ത നാലു ഇനങ്ങളിലും ഓവൻസ് സ്വർണ്ണം നേടി തന്റെ കഴിവു തെളിയിച്ചു.

'ആഗ്രഹമുള്ള ഒരു ഹൃദയത്തിന് ഒന്നും അസാധ്യമല്ല'. എന്ന് ജോൺ ഹോവുഡിന്റെ വാക്കുകൾ അക്ഷരംപ്രതി അന്വർത്ഥമാക്കിയ സംഭവങ്ങളാണ് മേൽ പ്പറഞ്ഞവ എല്ലാം. "Nothing is impossible; everything is realy possible' 'ഒന്നും അസാധ്യമല്ല; എല്ലാം സാധ്യമാണ്'. All obstacles and problems, no matter how big or difficult they appear, can be overcome or resolved. Where there is a will, there is a way. You can accomplish and achieve anything' 'എല്ലാം തടസ്സങ്ങളും പ്രശ്നങ്ങളും വലുതായാലും ചെറുതായാലും, അതിനെ തരണം ചെയ്യുവാൻ

നമുക്ക് കഴിയും. ലക്ഷ്യത്തിൽ എത്തിച്ചേരുമെന്നുള്ള ദൃഢ വിശ്വാസം നമ്മുക്ക് ഉണ്ടെങ്കിൽ, ശരിയായ മാർഗ്ഗവും നാം കണ്ടെത്തും. നേടണമെന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്നത് നാം നേടുകയും ചെയ്യും'. 'അസാധ്യമായി ഒന്നും ഇല്ല, കഠിനവും അതികഠിനവുമായ പ്രവർത്തിയാണു ആവശ്യം' (കിരൺ ബേഡി).

'1942 ആഗസ്റ്റ് മാസം 8-ാം തീയതി മുംബൈയിൽ കൂടിയ ഇന്ത്യൻ നാഷണൽ കോൺഗ്രസിന്റെ സമ്മേളനത്തിൽ, നേതാക്കളെ അഭിസംബോധന ചെയ്തുകൊണ്ട് ഗാന്ധിജി പറഞ്ഞു: "I want freedom immediately , this very night, before dawn if it can be had. Here is a mantra, a short one I give you: 'Do or Die'. We shall either free India or die in the attempt. We shall not live to see the perpetuation of our slavery." "എനിക്ക് ഉടനടി സ്വാതന്ത്ര്യം വേണം. ; സാധിക്കുമെങ്കിൽ ഈ രാത്രി, നാളെ സൂര്യൻ ഉദിക്കുന്നതിനു മുമ്പ്; ഒരു ചെറിയ മന്ത്രം ഞാൻ നിങ്ങൾക്കു തരാം. 'പ്രവർത്തിക്കുക അല്ലെങ്കിൽ മരിക്കുക' ഒന്നുകിൽ നാം ഇന്ത്യയെ സ്വതന്ത്രമാക്കും; അല്ലെങ്കിൽ ആ ഉദ്യമത്തിൽ നാം മരിക്കും. നമ്മുടെ അടിമത്തം ശാശ്വതീകരിക്കുന്നതു കാണാൻ നാം ജീവിച്ചിരിക്കുകയില്ല.' ഗാന്ധിജിയുടെ ഈ നിശ്ചയദാർഢ്യമാണ് ബ്രിട്ടീഷുകാരിൽ നിന്ന് സ്വാതന്ത്ര്യം നേടുവാൻ ഭാരതത്തെ സഹായിച്ചത്.

'കഴിവുള്ളവരും ഇല്ലാത്തവരും എന്ന് രണ്ടു തരക്കാർ ലോകത്തിലില്ല. കഴിവുകളെ ഉപയോഗിക്കുന്നവരും ഉപയോഗിക്കാത്തവരും എന്നിങ്ങനെ രണ്ടു കൂട്ടരേയുള്ളൂ. കഴിവുകളെ വളർത്തിയെടുക്കുകയും ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നവർ വിജയത്തിലെത്തിച്ചേരുക തന്നെ ചെയ്യും.' (അസ്രിത ഫർമാൻ).

സാഹസികതയുടെ പര്യായമായിരുന്നു എഡ്മണ്ട് ഹിലാരിയുടെ ജീവിതം. 1919 ജൂലൈ 20 ന് അഗസ്റ്റസ് ഹിലാരിയുടെയും ഗെർട്രൂഡ് ഹിലാരിയുടെയും മകനായി ഓക്‌ലൻഡിൽ അദ്ദേഹം ജനിച്ചു. സർവ്വകലാശാല പഠനത്തിൽ മോശമായതിനാൽ, അച്ഛന്റെ തൊഴിലായ തേനീച്ച വളർത്തലിലായിരുന്നു ആദ്യം ഏർപ്പെട്ടത്. പുസ്തക വായന ഒരു ശീലമാക്കിയ ആദ്ദേഹം ഇരുപതാമത്തെ വയസ്സിൽ, സതേൺ ആൽപ്സിലെ മൗണ്ട് ഒലിവർ കീഴടക്കി.

രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിലേർപ്പെടാൻ താല്പര്യപ്പെട്ട്, വായുസേനയിലേയ്ക്ക് അപേക്ഷ അയച്ചെങ്കിലും, ചില സാങ്കേതിക കാരണങ്ങളാൽ അതു പിൻവലിച്ചു. 1943 ൽ RNZAF എന്ന നാവിക സംഘത്തിൽ ചേർന്നു. 1953 മേയ് 29 ന് നേപ്പാളുകാരനായ ഗൈഡ് ടെൻസിംഗ് നോർഗെയുമായി ചേർന്ന്, ഹിലാരി 8850 മീറ്റർ ഉയരമുള്ള എവറസ്റ്റ് കൊടുമുടി കീഴടക്കി. 1954 ൽ ഹിലാരിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ ഒരു സംഘം മക്കാലുവിന് സമീപമുള്ള ബറൂൺ മേഖലയിലെ 23 കൊടുമുടികൾ കീഴടക്കി.

ചരിത്രപ്രധാനമായ മറ്റു പര്യവേഷണങ്ങളിലും ഹിലാരി പങ്കാളിയായി. അജ്ഞാതമായിരുന്ന അന്റാർട്ടിക്ക ഭൂഖണ്ഡത്തിലേയ്ക്ക് കരമാർഗ്ഗം നടത്തിയ പര്യവേഷസംഘത്തിലും ഹിലാരിക്കു അംഗമാകുവാനുള്ള ഭാഗ്യമുണ്ടായി. അസാധ്യങ്ങളെ സാധ്യമാക്കിത്തീർക്കുവാനായി വേർതിരിക്കപ്പെട്ട വിസ്മയ ജീവിതമായിരുന്നു ഹിലാരിയുടേത്.

'ജ്വലിക്കുന്ന ഒരു മനസ്സാണ് ഈ ഭൂമിയിലേയും ഭൂമിക്ക് മുകളിലേയും ഭൂമിക്കിടയിലേയും ഏറ്റവും ശക്തമായ വിഭവം; നിശ്ചയദാർഢ്യത്തോടെ പരിശ്രമിച്ചാൽ അടിയുറച്ച വിശ്വാസങ്ങളോടു പൊരുതി ജയിക്കാൻ നമ്മുക്ക് സാധിക്കും' (ഡോ. എ.പി.ജെ അബ്ദുൾ കലാം). 'അസാധ്യമെന്നത് മഠയൻമാരുടെ നിഘണ്ടുവിൽ മാത്രം കാണുന്ന ഒരു പദമാണ്.' (നെപ്പോളിയൻ). 'അച്ചടക്കവും അർപ്പണബോധവും ദൃഢചിത്തതയും സ്ഥിരോത്സാഹമുള്ളവരെ ജയവും സമ്പത്തും പുകഴ്ചയും മഹത്വവും തേടിച്ചെല്ലും. അചഞ്ചലമായ ഇച്ഛാശക്തിയും വിട്ടുവീഴ്ചയില്ലാത്ത ശുഷ്കാന്തിയുമുള്ളവരെ ഭാഗ്യം കടാക്ഷിക്കും.' (തിരുവള്ളവർ).

'ഭാവിതലമുറക്കുവേണ്ടി, അവർ നമ്മെ ഓർമ്മിക്കുന്നതിനു വേണ്ടി, നമ്മുടേതായ ഒരു സംഭാവന നൽകുവാൻ നാം ബാദ്ധ്യസ്ഥരാണ്; അതു നമ്മുടെ അവകാശവുമാണ്.' (ഡോ. എ.പി.ജെ അബ്ദുൾ കലാം) 'ഏതു കര്യവും അസാധ്യമാണ് 'എന്ന് പറഞ്ഞ് അലസരായി ജീവിതം നയിക്കുവാനല്ല നാം ഈ ഭൂമിയിൽ സൃഷ്ടിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. എല്ലാം ഒരു വെല്ലുവിളിയായി സ്വീകരിച്ച്, 'സകലതും ഈശ്വരനാൽ സാധ്യം' എന്ന ഉറച്ച വിശ്വാസത്തോടെ പൊരുതി മുന്നേറുകയാണ് വേണ്ടത്. ജീവിക്കുന്ന ചുറ്റുപാടുകളിൽ പ്രകാശം വിതറുവാൻ കഴിയാത്തവരും തലമുറക്കു വേണ്ടി എന്തെങ്കിലും സംഭാവനകൾ ചെയ്യുവാൻ കഴിയാത്ത ജീവിതം നിരർത്ഥകമാണ്.

ജോർജ്ജ് ബർണാഡ്ഷാ പറയുന്നതുപോലെ 'നാം ഏറ്റവും ആദരിക്കുന്ന ആദർശത്തിനു വേണ്ടി നമ്മുടെ ജീവിതം അർപ്പിക്കുക. അതാണു ജീവിതത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ ആനന്ദം. എന്താണു പ്രവർത്തിക്കാൻ കഴിയുക എന്നറിയുക, തളരുന്നതു വരെ പ്രവർത്തിക്കുക. അതാണ് വിജയ രഹസ്യം.' ' Great people are just ordinary people with extra ordinary amount of determination' 'വലിയവരായവരെല്ലാം തന്നെ അസാധാരണമായ ഉറച്ച തീരുമാനശേഷിയുള്ള സാധാരണക്കാരായിരുന്നു.'

ബ്രിട്ടീഷ് പ്രധാന മന്ത്രി വിൻസ്റ്റൺ ചർച്ചിൽ, മൗണ്ട് ബാറ്റൺ പ്രഭുവന്, ഏഷ്യയുടെ സൈനീക നേതൃത്വം വച്ചു നീട്ടിയപ്പോൾ, അദ്ദേഹം അതിനെപ്പറ്റി ആലോചിക്കാൻ 24 മണിക്കൂർ ആവശ്യപ്പെട്ടു.

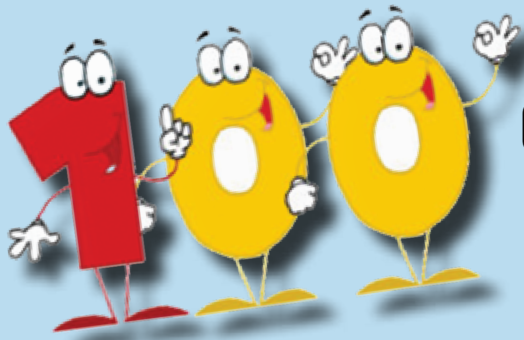
' Why ? do you think you cannot do it ? 'എന്തുപറ്റി താങ്കൾക്കു അസാദ്ധ്യമാണന്നു തോന്നുന്നുണ്ടോ?

അതിനു മൗണ്ട് ബാറ്റൺ നൽകിയ മറുപടി ശ്രദ്ധേയമാണ്. 'Sir, I suffer from the congenitial weakness of believing I can do anything' ' സർ, എന്തും ചെയ്യാൻ കഴിയുമെന്ന വിശ്വാസം എനിക്കു ജൻമസിദ്ധമായി കിട്ടിയ ഒരു ദൗർബല്യമാണ് '

'Impossible is nothing' 'അസാധ്യം എന്നൊന്നില്ല'. എന്നാണ് ADIDAS കമ്പനിയുടെ പരസ്യവാചകം. അതേ, അസാധ്യമായി ഒന്നും തന്നെയില്ല. ക്ഷമയും കഠിനാദ്ധ്വാനവും ശുഭാപ്തിവിശ്വാസവും ഉണ്ടെങ്കിൽ, നാം ആഗ്രഹിക്കുന്നത് എന്തും നമ്മുക്ക് നേടുവാൻ കഴിയും. ഈശ്വരൻ എപ്പോഴും അദ്ധ്വാനിക്കുന്നവരോടൊപ്പമാണ്. ●

ഫാ. ഡോ. യബ്ബേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ് കമ്മറ്റി മെമ്പർ

മലയാള കാർട്ടൂണിന്



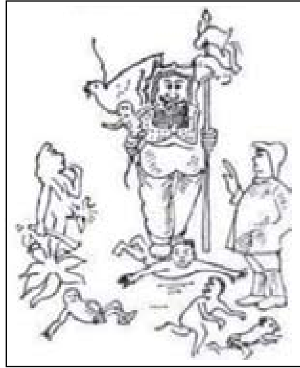
ന്റെ തികവ്

'കാർട്ടൂൺ' എന്ന ഫ്രഞ്ച് വാക്കിന്റെ അർത്ഥം കട്ടിക്കടലാസ് എന്നാണ്. കട്ടിക്കടലാസിൽ വികൃതമായ ചിത്രങ്ങൾ വരച്ച് മതിലുകളിലും മറ്റും തൂക്കിയപ്പോൾ അത് ആസ്വദിച്ചവർ 'കാർട്ടൂൺ' എന്ന് വിളിക്കാൻ തുടങ്ങിയെന്ന് ചരിത്രം.

നമ്മുടെ നാട്ടിൽ കണ്ണാടി മുതൽ കാർട്ടൂൺ വരെ കൊണ്ടുവന്നത് സായിപ്പാണ്. ബ്രിട്ടനിൽ നിന്നെത്തിയ പ്രമുഖർക്ക് വായിച്ച് രസിക്കാനാണ് 'പഞ്ച്' എന്ന വിനോദമാസിക കപ്പലിൽ എത്തിച്ചിരുന്നത്. സായിപ്പൻമ്മാർ അത് വായിച്ച് ചിരിച്ചു രസിച്ചത് കണ്ടും കേട്ടും നമ്മുടെ നാട്ടിലെ പ്രമാണിമാരും അത് ആസ്വദിക്കാൻ തുടങ്ങി. ക്രമേണ നമ്മുടെ നാട്ടിലുള്ള ഭാവനാസമ്പന്നരായ ആളുകൾ 'പഞ്ച്' മാസികയെ അനുകരിച്ച് ഇന്ത്യൻ ഭാഷകളിൽ ചില പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുണ്ടായി അതിനെ അനുകരിച്ച് നമ്മുടെ മാതൃഭാഷയിലുമുണ്ടായി ഒരു വിനോദ മാസിക. പേര് 'വിദൂഷകൻ'. ഹാസ്യരസം നിറഞ്ഞ സംഗതികളെക്കൊണ്ട് നിറച്ച 'വിദൂഷകൻ' വളരെ വേഗം പ്രചാരത്തിലെത്തി. 1918 ജൂൺ മാസത്തിൽ കൊല്ലം ജില്ലയിലെ പരവൂരിൽ നിന്നാണ് വിദൂഷകൻ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചത്. പത്രാധിപർ പി.എസ്.നീലകണ്ഠപിള്ള എന്ന 24കാരനായിരുന്നു. ഇതേത്തുടർന്ന് ഒട്ടേറെ വിനോദമാസികകൾ കേരളക്കരയിൽ



വിദൂഷകൻ മാസികയുടെ മുദ്ര



മഹാക്ഷാമദേവത



പി.എസ്. ഗോവിന്ദപിള്ള

അങ്ങോളമിങ്ങോളം ഉടലെടുത്തു.

നമ്മുടെ നാട്ടിൽ അടിയന്തിരാവസ്ഥയ്ക്കു ശേഷമാണ് ഹാസ്യമാസികകൾ ഏറെയും ഇറങ്ങിയതത്രെ. എന്നാലിന്ന് നാമമാത്രമായ ഹാസ്യ മാസികകളേ നിലനിൽക്കുന്നുള്ളൂ. ഒന്ന് കൊല്ലത്തുനിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന 'ഹാസ്യ കൈരളി'. മറ്റൊന്ന് കൊച്ചിയിൽ നിന്നുള്ള 'തമാശ'. കാർട്ടൂണിന് പ്രാധാന്യം നൽകി കൊണ്ട് 'വിറ്റ്നസ്' എന്നൊരു മാസിക (ഇംഗ്ലീഷ്) മധു ഓമല്ലൂർ പ്രദ്ധീകരിക്കുന്നുണ്ട്.

1918-ൽ വിദൂഷകൻ പുറത്തിറങ്ങിയെന്നു പറഞ്ഞുവല്ലോ. പിറ്റേവർഷം ഒക്ടോബർ വിദൂഷകനിൽ മറ്റൊരു അത്ഭുതം പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു അതേ, മലയാളക്കരയിൽ ആദ്യമായി കാർട്ടൂൺ അച്ചടിച്ചുവന്നു. അതിന്റെ നൂറാം വർഷം ആഘോഷിക്കപ്പെടുകയാണ് ഈ ഒക്ടോബർ മാസത്തിൽ.

'മഹാക്ഷാമദേവത' എന്ന തലക്കെട്ടോടെയാണ് ആ കാർട്ടൂൺ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടത്. ഹാസ്യചിത്രകാരൻ ആരെന്നു വ്യക്തമല്ല. കാർട്ടൂൺ വരച്ചത് പത്രാധിപരായ പി.എസ്.നീലകണ്ഠപിള്ളയുടെ അമ്മാവന്റെ മകനായ പി. എസ്. ഗോവിന്ദപിള്ളയാണ് എന്ന നിഗമനത്തിൽ അവസാനം എത്തിചേർന്നിരിക്കുന്നു. കാർട്ടൂണിസ്റ്റിന്റെ പേരോ ഒപ്പോ ആദ്യ കാർട്ടൂണിൽ ഇല്ലായിരുന്നു. എന്നാൽ പിന്നീട് മറ്റു ചില പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിൽ പി.എസ്. ഗോവിന്ദപിള്ളയുടെ രചനകളും ഹാസ്യചിത്രങ്ങളും പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. സാമ്യതയുള്ള ആ ചിത്രങ്ങളിൽ നിന്ന് അദ്ദേഹമായിരിക്കണം ആദ്യ കാർട്ടൂൺ വരച്ചത് എന്ന നിഗമനത്തിൽ എത്തിച്ചേർന്നത്. മാസികയുടെ പ്രസാധകൻ എസ്.എസ്.ചെട്ടിയാർ ആയിരുന്നു. ആദ്യം കൊല്ലം മനോമോഹനം പ്രസിലും പിന്നീട് പരവൂർ വിദ്യാവിലാസം പ്രസ്സിലുമാണ് വിദൂഷകൻ അച്ചടിച്ചിരുന്നത്.

മഹാക്ഷാമദേവത എന്ന ആദ്യ കാർട്ടൂൺ

വിദൂഷകൻ മാസികയുടെ 1919 ഒക്ടോബർ ലക്കത്തിൽ അതിൽ പത്രാധിപർ 'സ്വകാര്യം' എന്ന തലക്കെട്ടോടെ എഴുതിയ എഡിറ്റോറിയൽ ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. ''വിനോദകരങ്ങളായി ചിത്രലേഖനങ്ങൾ (Cartoon) കൂടി പതിവായി വിദൂഷകനിൽ ചേർക്കണമെന്ന് തുടക്കത്തിലേ തന്നെ ഞങ്ങൾക്കു ഉദ്ദേശമുണ്ടായിരുന്നു. പക്ഷേ അച്ചടി സാമഗ്രഹികളുടെ കുറവു കൊണ്ടും, തന്മൂലം അതിനുവേണ്ടി വരുന്ന കൂടുതൽ ചെലവു കൊണ്ടും മറ്റും ആ ആലോചന നീക്കിവയ്ക്കേണ്ടി വന്നിട്ടുള്ളതാണ്. എങ്കിലും, സഹൃദയന്മാരായ വായനക്കാരുടെ അഭിപ്രായത്തിനായി ഇത്തവണ 'മഹാക്ഷാമ ദേവത'യുടെ ഒരു വിനോദചിത്രം കൂടി ചേർക്കുന്നതാണ്. ലണ്ടൻപഞ്ച്, ഹിന്ദിപഞ്ച്, മുതലായ പത്രഗ്രന്ഥങ്ങളിൽ അച്ചടിച്ചുവരാറുള്ള ചിത്രങ്ങളോളം വെടിപ്പായും വൃത്തിയായും ഇരിക്കുന്നില്ലെന്നു സമ്മതിക്കാമെന്നിരുന്നാലും മാന്യവായനക്കാരുടെ താൽപ്പര്യവും ഉത്സാഹവും ഉന്മേഷവും അഭിരുചിയുമനുസരിച്ച് വേണ്ടിവന്നാൽ ഇനി മേലിലും ഇത്തരം ചിത്രപ്രദർശനങ്ങൾക്കുകൂടി കോപ്പുകൂട്ടാമെന്നുണ്ട്. ഇക്കാര്യത്തിൽ മാന്യ പത്രബന്ധുക്കളുടെ അഭിപ്രായവും ആഗ്രഹവും അറിഞ്ഞതിനുമേൽ, വേണ്ട ഏർപ്പാടുകൾ ചെയ്യാമെന്നു വിചാരിക്കുന്നു''.

17-ാം നൂറ്റാണ്ടിൽ ഇറ്റാലിയൻ ചിത്രകാരനായ അനിബാലേ കരാക്കി തന്റെ ഹാസ്യചിത്രങ്ങൾക്ക് നൽകിയപേരായിരുന്നു 'കാരിക്കേച്ചർ' എന്ന്. നേരമ്പോക്കുണ്ടാക്കുന്നതിനു വേണ്ടി ഒരു വ്യക്തിയുടെയോ വസ്തുവിന്റെയോ ശരീരഭാഗങ്ങളും ഏറെ അതിശയോക്തിയോടെ അവതരിപ്പിക്കുന്ന ചിത്രത്തിനാണ് അദ്ദേഹം 'കാരിക്കേച്ചർ' എന്നു പേരിട്ടത്. ഈ രചന വ്യക്തിയുടേയോ വസ്തുവിന്റേയോ ആന്തരികപൂർണ്ണ യാഥാർഥ്യം ബാഹ്യമായ വരകളിലൂടെ പുറത്തുകൊണ്ടുവരുന്നുവെന്നും അദ്ദേഹം സമർത്ഥിച്ചു. ഏതാണ്ട് പതിനെട്ടാം നൂറ്റാണ്ടായപ്പോഴേക്കും കാർട്ടൂൺ എന്ന കലാരൂപം ഉടലെടുത്തു.

'കാർട്ടൂൺ' എന്ന ഫ്രഞ്ച് വാക്കിന്റെ അർത്ഥം കട്ടിക്കടലാസ് എന്നാണ്. കട്ടിക്കടലാസിൽ വികൃതമായ ചിത്രങ്ങൾ വരച്ച് മതിലുകളിലും മറ്റും തൂക്കിയപ്പോൾ അത് ആസ്വദിച്ചവർ 'കാർട്ടൂൺ' എന്ന് വിളിക്കാൻ തുടങ്ങിയെന്ന് ചരിത്രം. 19-ാം നൂറ്റാണ്ടോടെ യൂറോപ്പിലും അമേരിക്കയിലും പ്രതിഷേധരാഷ്ട്രീയവും തെരുവ് പ്രചരണവും കൊണ്ടുനടന്ന കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് അച്ചടി എന്ന അത്ഭുതം വന്നതോടെ പത്രങ്ങളിലേക്ക് ചേക്കേറി. ഈ പരുക്കൻ ഹാസ്യരൂപം നിത്യതൊഴിലാക്കി. ആക്ഷേപഹാസ്യത്തിലൂടെ സർക്കാരിന്റെയും മറ്റും അനീതികളെയും അതിക്രമങ്ങളെയും രൂക്ഷമായി വിമർശിക്കുന്ന ഒരു ശൈലിയുമായി വിനേദമാസികകളും രംഗത്തെത്തി. വിദൂഷകന് പിന്നാലെ പുറത്തിറങ്ങിയ വിനോദമാസികകൾ ഒട്ടുമിക്കവയും കുറെയേറെക്കാലം ഒരേ ശൈലിയാണ്



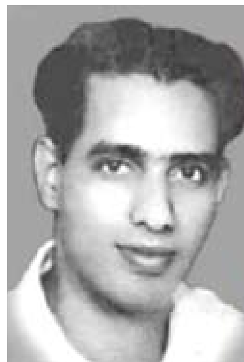
ശങ്കേഴ് വീക്കിലിയുടെ അവസാന ലക്കം



പി.കെ.മന്ത്രി



വി.റ്റി.തോമസ് (ടോംസ്)



കെ.എസ്.പിള്ള



കുട്ടി

പിൻതുടർന്നിരുന്നത്. പലതിന്റേയും മുഖചിത്രം പഞ്ച്മാസികയുടേതുപോലെ ഒരു 'ജോക്കർ' ആയിരുന്നു. ഉള്ളടക്കം ഫലിതത്തിന്റെ പേരിൽ അല്പസല്പം 'മഞ്ഞ' കലർത്തിയുള്ള പ്രയോഗം, ചെറുകിട വ്യാപാരികൾക്കും ഇഷ്ടത്തിനൊത്ത് ചലിക്കാത്ത ഉദ്യോഗസ്ഥ പ്രഭുക്കൾക്കും മറ്റുമുള്ള താക്കീതുകളായിരുന്നു. വരിസംഖ്യ കുടിശിഖക്കാരെ നന്നായി കുടയാനും പത്രാധിപർ മടികാണിച്ചിരുന്നില്ല.

വടക്കേ ഇന്ത്യയിലും എന്തിന് തമിഴ്നാട്ടിൽപ്പോലും ഈ കല വളരെ നേരത്തെ എത്തിയിരുന്നു. ലക്നൗവിൽ 1877 മുതൽ 59വർഷം 'അവധ് പഞ്ച്' എന്ന ആക്ഷേപഹാസ്യമാസിക അരങ്ങ് തകർത്തു വാണിരുന്നു. 1854ൽ ബോംബെയിൽ നിന്നും 'പാർസി പഞ്ച്' എന്ന ഒരു ആഴ്ചപ്പതിപ്പ് അച്ചടിച്ചിരുന്നു. 1906 ഡിസംബറിൽ 'ഇന്ത്യ' എന്ന വാരികയിൽ സുബ്രഹ്മണ്യഭാരതി 'ശിത്തിരി വിളക്കം' എന്ന പേരിൽ കാർട്ടൂൺ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരുന്നുവെന്ന് ചരിത്രം സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു.

കേരളത്തിൽ കാർട്ടൂണും ഹാസ്യസാഹിത്യവും ശക്തിപ്രാപിക്കുന്നത് സഞ്ജയന്റെ കാലത്താണ്. 1935 മുതൽ ഏഴുകൊല്ലക്കാലം സഞ്ജയൻ കോഴിക്കോട്ട് പ്രവർത്തിച്ചപ്പോഴാണത്. 1940, 41 കാലത്ത് 'വിശ്വരൂപം' എന്ന മാസികയിൽ സഞ്ജയൻ ഒട്ടുമിക്കപേജുകളിലും കാർട്ടൂൺ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരുന്നു. 'ലണ്ടൻ പഞ്ച്' മോഡലിൽ ഉള്ള വരകളുമായി എം.ഭാസ്ക്കരൻ രംഗത്തെത്തി. ഇന്ത്യൻ കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളുടെ തലതൊട്ടപ്പൻ എന്ന വിശേഷണത്തിന് അർഹനായത് മലയാളിയായ ശങ്കറിന്റെ സാന്നിദ്ധ്യത്തോടെയായിരുന്നു. 1932ൽ ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസിൽ അദ്ദേഹം സ്ഥിരമായി വരച്ചു തുടങ്ങി. പിന്നീട് ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലി തുടങ്ങി. 1975ലെ അടിയന്തിരാവസ്ഥക്കാലത്ത് "PARTING, NOT WITHOUT SORROW' എന്നെഴുതി പിന്തിരിഞ്ഞു വിദൂരതയിലേക്കു മുതുകത്ത് കെട്ടുതൂക്കി കഴുതപ്പുറത്തേറിപ്പോകുന്ന തലപ്പാവുകാരന്റെ ചിത്രത്തോടുകൂടി ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലി എന്നന്നേക്കുമായി അവസാനിപ്പിച്ചു.

കേരളത്തിൽ സാമൂഹിക കാർട്ടൂണുകളിലൂടെ ഏറെ ശ്രദ്ധനേടിയത് ടോംസ് ആണെങ്കിലും അതിന്റെ ഉപജ്ഞാതാവ് എന്ന് വിശേഷിപ്പിക്കാവുന്നത് സി.കെ.ശിവരാമൻ നായരെന്ന ശിവറാമിനെയാണ്. തൃക്കാരിയൂർ ഇഞ്ചൂർ ഇല്ലത്ത് കേശവൻ നമ്പൂതിരിയുടെയും കാർത്യായനി അമ്മയുടേയും മകനായി 1918ൽ ജനിച്ചു. 1947ൽ മലയാള രാജ്യം വാരികയിൽ ആദ്യ കാർട്ടൂൺ ഭാനു-മേനോൻ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു. 14വർഷം തുടർച്ചയായി ആ പംക്തി ശിവറാം കൈകാര്യം ചെയ്തു. ഇംഗ്ലീഷ് പത്രങ്ങളിൽ വന്നുകൊണ്ടിരുന്ന പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂണും അദ്ദേഹം വരച്ചിരുന്നു.

കേരള കാർട്ടൂൺ ചരിത്രത്തിലെ നായകൻ എന്നു വിശേഷിപ്പിക്കാവുന്ന തരത്തിൽ ഉയർന്നുവന്ന കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് കെ.എസ്.പിള്ള. 1919ൽ മാവേലിക്കരയിൽ കേശവക്കുറുപ്പ് - നാരായണിയമ്മ ദമ്പതികളുടെ മകനായി മാവേലിക്കരയിൽ ജനിച്ച കെ.എസ്.പിള്ള മാവേലിക്കര രാജാരവിവർമ്മ പെയിന്റിംഗ് സ്ക്കൂളിൽ മൂന്നു വർഷം ചിത്രകലാപഠനം നടത്തി. അദ്യ കാർട്ടൂൺ വന്നത് 'രസികൻ' വിനോദമാസികയിലാണ്. പിന്നീട് മദിരാശിയിൽ ജെമിനി സ്റ്റുഡിയോയിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് താണുവിനൊപ്പം ചേർന്ന് ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ കാർട്ടൂൺ ആനിമേഷൻ സിനിമയായ 'സിനിമാകദംബ'ത്തിൽ പ്രവർത്തിച്ചു. തിരിച്ച് നാട്ടിലെത്തി പിന്നീട് ദേശബന്ധു, മലയാള മനോരമ എന്നീ പത്രങ്ങളിൽ ഒരേ സമയം കാർട്ടൂണുകൾ വരച്ചു. ഇവയ്ക്കു പുറമേ മലയാള രാജ്യം, പ്രഭാതം എന്നീ പത്രങ്ങളിലും സരസൻ, നർമദ, രസികൻ, അസാധു തുടങ്ങിയ വിനോദമാസകകളിലും കൗമുദി ആഴ്ചപ്പതിപ്പ്, വിശ്വകേരളം തുടങ്ങിയവയിലും നിരന്തരം വരച്ചുകൊണ്ടിരുന്നു. നീണ്ട 25 സംവത്സരക്കാലം കെ.എസ്.പിള്ള മലയാള പത്രരംഗത്ത് നിറഞ്ഞുനിന്നിരുന്നു. 59-ാം വയസ്സിൽ ഈ ലോകവാസം അവസാനിപ്പിച്ചു യാത്രയായി.

35 വർഷം തുടർച്ചയായി ബോബനും മോളിയും എന്ന രസികൻ ഫുൾപേജ് കാർട്ടൂൺ വരച്ച ആളാണ് വി.റ്റി.തോമസ് എന്ന കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് ടോംസ്. കുഞ്ഞുതൊമ്മൻ - സിസിലി ദമ്പതികളുടെ മകനായി കുട്ടനാട്ടിൽ ജനിച്ച ടോംസ് മലയാള മനോരമയിൽ നിന്നു പിരിഞ്ഞശേഷം ടോംസ് പബ്ലിക്കേഷൻ ആരംഭിച്ചു. ബോബനും മോളിയും, ഉണ്ണിക്കുട്ടൻ, ടിന്റുമോൻ, ടോംസ് മാഗസിൻ, കുഞ്ചുക്കുറുപ്പ് വിനോദമാസിക എന്നിങ്ങനെ ഒരു പറ്റം പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ വിജയകരമായി നടത്തിക്കൊണ്ടുപോയി. അഞ്ചുമിനിറ്റ് ദൈർഘ്യമുള്ള 110 എപ്പിസോഡുകൾ ബോബനും മോളിയും ആനിമേഷൻ ചിത്രമായും പുറത്തു വന്നിട്ടുണ്ട്. ഇതേ പേരിൽ ഒരു ഫീച്ചർ ഫിലിം നേരത്തെതന്നെ പുറത്തിറങ്ങിയിരുന്നു.

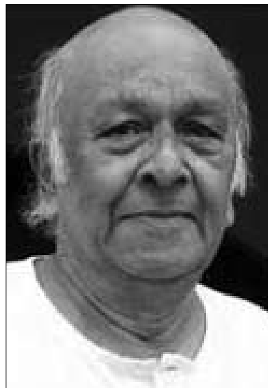
തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ ഒരു ശൈലിയുമായി 1960 കളിൽ രംഗത്തെത്തിയ കാർട്ടൂണി

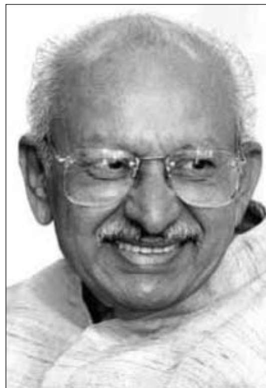
സ്റ്റാണ് പി.കെ.മന്ത്രി. സർക്കാർ സ്ക്കൂളിലെ ഡ്രോയിംഗ് ടീച്ചറായിരിക്കെ തന്നെ സർക്കാർ ജീവനക്കാർക്ക് നിലവിലുള്ള പെരുമാറ്റചട്ടങ്ങൾക്ക് വിരുദ്ധമായി മന്ത്രിമാരേയും മറ്റ് രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കളേയും ആക്ഷേപഹാസ്യശരങ്ങളിലൂടെ നിശിതമായി വിമർശിച്ചു ഈ കാർട്ടൂണിസ്റ്റ്.

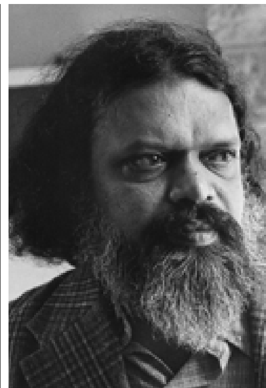
തനിനിറം പത്രത്തിലെ രാഷ്ട്രീയ കാർട്ടൂണുകൾക്കൊപ്പം ഇതര പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലൂടെ പാച്ചുവും കോവാലനും, മിസ്റ്റർ കുഞ്ചു തുടങ്ങിയ സാമൂഹിക വിമർശന കാർട്ടൂണുകളും അദ്ദേഹം വരച്ചിരുന്നു. കാർട്ടൂൺ വരച്ചതിന് ഒരു സർക്കാർ ഉദ്യോഗസ്ഥൻ ആദ്യമായി സസ്പെൻഷനിലാകുന്നത് സി.എച്ച്. മുഹമ്മദ് കോയ വിദ്യാഭ്യാസമന്ത്രിയായിരുന്ന കാലത്താണ്. കോയയെ പി.കെ.മന്ത്രി നിരന്തരം വിമർശിച്ചു വരച്ചു എന്നതാണ് കാരണം. 50-ാം വയസ്സിൽ അദ്ദേഹം അന്തരിച്ചു.

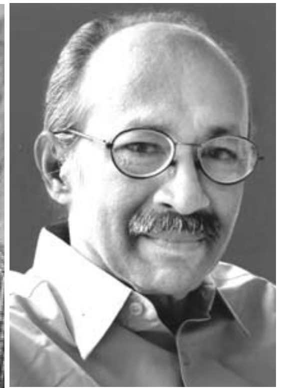
എന്ന പേരിൽ വരച്ചു തുടങ്ങിയ പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂൺ ഇന്നും നിലനിൽക്കുന്നു. അടുത്തിടെ കൊല്ലത്തുവച്ച് കിട്ടുമ്മാവന്റെ 60-ാം ജന്മദിനം ആഘോഷിക്കുകയുണ്ടായി. കേരളത്തിലെ ആദ്യത്തെ സ്റ്റാഫ് കാർട്ടൂണിസ്റ്റും യേശുദാസനാണ്. ജനയുഗത്തിൽ തുടങ്ങി ഡൽഹിയിൽ ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിൽ ആറു വർഷക്കാലം ശങ്കറിന്റെ കീഴിൽ അടിയും തടയും പഠിച്ചശേഷം വീണ്ടും ജനയുഗത്തിലെത്തി. ഏറെ താമസിയാതെ സ്വന്തമായി അസാധു എന്ന പേരിൽ ഒരു രാഷ്ട്രീയ വിനോദ മാസിക തുടങ്ങി. പിന്നീട് കട്ട്-കട്ട് എന്ന സിനിസ്റ്റണ്ടു മാസികയും ഇദ്ദേഹത്തിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിൽ പുറത്തു വന്നു. ഇതിനു പുറമെ സാധു, ടക് -ടക് എന്നീ വിനോദ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങൾ കൂടി തുടങ്ങിയിരുന്നു. പിന്നീട് മലയാള മനോരമയിൽ (1985) ചേർന്നു. മിസ്സിസ്സ് നായർ, ജുബ്ബാചേട്ടൻ വനിതയിലും മനോരമ ആഴ്ചപ്പതിപ്പിലും ഫുൾ പേജ് കാർട്ടൂൺ ഏറെക്കാലം കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു. എന്റെ പൊന്നു തമ്പുരാൻ, പഞ്ചവടിപ്പാലം എന്നീ സിനിമകൾക്ക് തിരക്കഥ എഴുതിയിട്ടുണ്ട്.


ഒ.വി.വിജയൻ

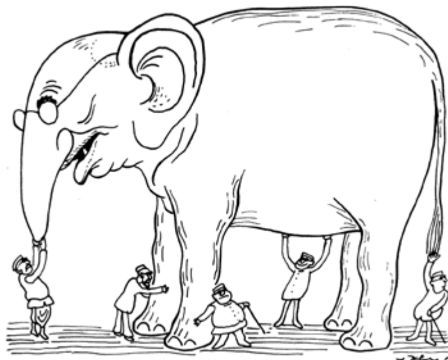

അബു ഏബ്രഹാം


യേശുദാസൻ


അരവിന്ദൻ


ജി. സോമനാഥൻ

മലയാളത്തിലും ഇംഗ്ലീഷിലും കാർട്ടൂണുകൾക്ക് ഒരു ദാർശനീക മുഖം അവതരിപ്പിച്ച രണ്ടു കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളാണ് ഒ.വി.വിജയനും അബു ഏബ്രഹാമും. അതിൽ ലോകപ്രശസ്തനായി തീർന്നത് അബു ആയിരുന്നു. വിദേശപത്രമായ ഗാർഡിയനിൽ ഏറെക്കാലം അദ്ദേഹം കാർട്ടൂണിസ്റ്റായിരുന്നു. ഇവരുടെ നിരയിൽ തന്നെ സ്ഥാനം പിടിച്ചവരാണ് അരവിന്ദനും ഉണ്ണിയും രവിശങ്കറുമൊക്കെ. കേരളരാഷ്ട്രീയം നന്നായി വശത്താക്കിയ അനുഗ്രഹീത കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് യേശുദാസൻ. ഇദ്ദേഹമാണ് കേരളത്തിലെ പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂണിന്റെ പിതാവ്. ജനയുഗത്തിൽ കിട്ടുമ്മാൻ



ചെറിയ മനുഷ്യരും വലിയലോകവും എന്ന കാർട്ടൂൺ മാതൃഭൂമി വാരികയുടെ അവസാന പുറത്ത് 12 സംവത്സരക്കാലം മുടങ്ങാതെ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. അഭ്യസ്തവിദ്യനും തൊഴിൽരഹിതനുമായ ഒരു യുവാവിനെ ചുറ്റിപ്പറ്റിയാണ് കാർട്ടൂൺ വികസിക്കുന്നത്. ബൗദ്ധികമായ ഒരു തലത്തിലേക്ക് വായനക്കാരെ ഉയർത്തിക്കൊണ്ടു പോകുന്നതായിരുന്നു അരവിന്ദന്റെ എല്ലാ കാർട്ടൂണുകളും.

വിഷയവൈവിധ്യം കൊണ്ടും ചിത്രങ്ങളുടെ മിഴിവുകൊണ്ടും ഏറെ ശ്രദ്ധേയനായ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായിരുന്നു പ്രൊഫസർ ജി. സോമനാഥൻ. വാൾട്ട് ഡിസ്നിയിൽ നിന്നും പ്രചോദനം ഉൾക്കൊണ്ട് സോമനാഥൻ ജന്തുലോകത്തെ വിശേഷങ്ങൾ മനോഹരമായി അവതരിപ്പിച്ചു. ചിന്നൻ ചുണ്ടെലി, പാണ്ടൻ പൂച്ച, ചെല്ലൻ മുയൽ, കുറുക്കൻ, കരടി ഇവയെല്ലാം ജനയുഗം, മാതൃഭൂമി, ബാലയുഗം, ബാലരമ തുടങ്ങിയ വാരികകളിലൂടെ പുറത്തുവന്നിരുന്നു. ജനയുഗം ആഴ്ചപ്പതിപ്പിൽ വാസുവേട്ടൻ എന്ന പേരിൽ ഏറെനാൾ ഒരു കാർട്ടൂൺ പരമ്പര ഇദ്ദേഹം കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു.

നർമ്മദ എന്ന വിനോദമാസികയിലൂടെ ഏറെ ശ്രദ്ധേയനായ കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് നർമ്മദ രാഘവൻ നായർ. ബി.എം.ഗഫൂർ ആകട്ടെ മാതൃഭൂമിയിൽ

'കുഞ്ഞമ്മാൻ' എന്ന പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂൺ വരച്ചു തുടങ്ങിയതോടെയാണ് ഏറെ പ്രസിദ്ധനായത്. ദൂരദർശനിൽ (ഡൽഹി) രണ്ടു വർഷം കാർട്ടൂൺ പരിപാടികൾ അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നു. അല്പകാലം ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിലും പ്രവർത്തിക്കാൻ അവസരം കിട്ടി. പിന്നീട് ദേശാഭിമാനിയിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി ചേർന്നു. 1975ൽ അടിയന്തിരാവസ്ഥക്കാലത്ത് ആ ജോലി ഉപേക്ഷിക്കേണ്ടി വന്നു. പിന്നെ 'നിറമാല' എന്നൊരു ഹാസ്യമാസിക തുടങ്ങിയെങ്കിലും അത് വിജയിപ്പിക്കാനായില്ല. അങ്ങനെയിരിക്കെ കട്ട്-കട്ടിൽനിന്നും യേശുദാസൻ പിരിഞ്ഞ ഒഴിവിലേക്ക് ബി.എം.ഗഫൂർ നിയമിതനായി. അവിടെനിന്നു തന്നെ കാർട്ടൂൺ എന്നൊരു ദ്വൈവാരികയും കുട്ടികൾക്കായി കുമ്മാട്ടിയും തുടങ്ങി. പിന്നീട് മാതൃഭൂമിയിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി ചേർന്നു. അപ്പോഴാണ് കുഞ്ഞമ്മാൻ എന്ന പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂൺ തുടങ്ങിയത്. 2003 നവംബർ 13 ന് അന്തരിച്ചു.

മലയാറ്റൂർ കെ.വി.രാമകൃഷ്ണൻ ഐ.എ.എസ്. ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ എന്നീ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലൂടെ ഏറെ ശ്രദ്ധ നേടിയ മലയാളിയാണ്.

എ.ആർ.കേരളവർമ്മ സ്വദേശമായ ഹരിപ്പാട്ടു നിന്നും മുംബെയിൽ എത്തിയത് ബാങ്ക് ഉദ്യോഗസ്ഥനായിട്ടായിരുന്നു. 1947ൽ കാർട്ടൂൺ വരയോടുള്ള ആവേശത്താൽ ജോലി ഉപേക്ഷിച്ച് ഫ്രീലാൻസ് കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി. 'ക്രോസ് റോഡ്' വാരികയിലാണ് കാർട്ടൂൺ അരങ്ങേറ്റം. 1953ൽ ഡൽഹിയിലെത്തി. ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിൽ ആറുവർഷം തുടർന്നു. പിന്നീട് ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസ്, ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ് എന്നിവയിൽ കാർട്ടൂണിസ്റ്റായി. 2010ൽ അന്തരിച്ചു.

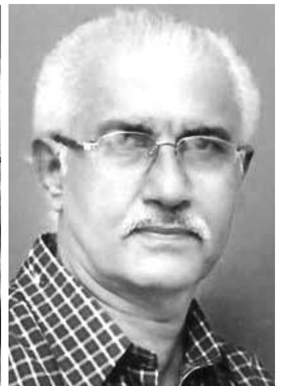
മറ്റൊരു ശ്രദ്ധേയനായ മലയാളി കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് സാമുവൽ. ഇന്ത്യയിലെ പോക്കറ്റ് കാർട്ടൂണുകളുടെ ഉപജ്ഞാതാവാണദ്ദേഹം. ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിലും പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസ്, നവഭാരത് ടൈംസ്, ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസിലും പിന്നീട് ജോലിചെയ്തിട്ടുണ്ട്. കാലു ആന്റ് മീന എന്ന ഫുൾപേജ് കാർട്ടൂൺ ഏറെ ശ്രദ്ധേയമായിരുന്നു. 2012ൽ ഇദ്ദേഹവും ഇഹലോകവാസം വെടിഞ്ഞു.


മലയാറ്റൂർ രാമകൃഷ്ണൻ


കേരളവർമ്മ


ബി.ജി.വർമ്മ


തോമസ്


നാഥൻ

ഒരു ഹോബിയായി വളർത്തിയെടുത്തതാണ് കാർട്ടൂൺ. ജനയുഗം, മലയാളനാട് എന്നിവയിലും ഇതര ഹാസ്യമാസികകളിലും മികച്ച കാർട്ടൂണുകൾ ധാരാളം വരച്ചിരുന്നു.

1965–75 കാലങ്ങളിൽ ഏറെ ശ്രദ്ധേയമായ കാർട്ടൂണുകൾ രചിച്ച വ്യക്തിയാണ് കെ.വി.തോമസ്. മാതൃഭൂമിയിലും മനോരമ അഴ്ചപ്പതിപ്പിലും ഒട്ടേറെ കാർട്ടൂണുകൾ വരച്ചിട്ടുണ്ട്. കാർട്ടൂണിന് പ്രാധാന്യം നൽകികൊണ്ട് ഡിസൈനേഴ്സ് എന്നൊരു പരസ്യസ്ഥാപനം തുടങ്ങി. കട്ട്-കട്ട്, ടക്-ടക്, അസാധു, നർമ്മദ, രസികൻ, ചെമ്പരത്തി ഇങ്ങനെ ഒട്ടുമിക്ക വിനോദമാസികകളുടേയും കവർ കാർട്ടൂൺ തോമസിന്റേതായിരുന്നു. ജയൻ ആദ്യമായി അഭിനയിച്ച ശാപമോക്ഷം, പി.എ.ബക്കറിന്റെ മണിമുഴക്കം തുടങ്ങിയ സിനിമകളുടെ നിർമ്മാതാവു കൂടിയാണ് തോമസ്.

ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ, ഇല്ലസ്ട്രേറ്റഡ് വീക്കിലി, ബ്ലിറ്റ്സ്, ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ് തുടങ്ങിയ ഇംഗ്ലീഷ് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലൂടെ ശ്രദ്ധേയനായ മലയാള കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് രവീന്ദ്രൻ. 2003ൽ മറവിരോഗത്തിനടിമപ്പെട്ട് അദ്ദേഹവും മരണമടഞ്ഞു. ഇന്ത്യയിലും വിദേശത്തും ഏറെ പ്രസിദ്ധനായിരുന്ന അബു ഏബ്രഹാമിന്റെ ബന്ധുകൂടിയായ അജിത്നൈനാൻ ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ്, ഇന്ത്യാടുഡേ, ഔട്ട്ലുക്ക്,

ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലിയിലൂടെ ശ്രദ്ധേയനായ മറ്റൊരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റാണ് ബി.ജി.വർമ്മ. ചിത്രകഥകളും പെയിന്റിംഗും ഇദ്ദേഹത്തെ പ്രശസ്തനാക്കുന്നതിൽ പങ്കു വഹിച്ചു. കാരിക്കേച്ചറുകളിലൂടെ ശ്രദ്ധനേടിയ വ്യക്തിയായിരുന്നു ശങ്കരൻകുട്ടി. മലയാളനാട്, മനോരമ, ദീപിക ആഴ്ചപ്പതിപ്പ് എന്നിവയിലൂടെയായിരുന്നു. അവയിൽ ഏറെയും അച്ചടിച്ചു വന്നത് മലയാള പുസ്തകങ്ങളുടെ കവർ നിർമ്മതിയിൽ ഇദ്ദേഹത്തെ മറികടക്കാൻ ഇതുവരെ ആരും ഉണ്ടായിട്ടില്ല. നിശബ്ദകാർട്ടൂണുകളിലൂടെയായിരുന്നു ജോയികുളനട ശ്രദ്ധപിടിച്ചു പറ്റിയത്. കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് നാഥനാകട്ടെ എഴുത്തും കാർട്ടൂർ രചനയും ഒരുപോലെ വഴങ്ങുമായിരുന്നു.

വൈ.എ.റഹീം, മിസ്സി കോതമംഗലം, തോംസൺ, മജീദ് നൻമണ്ട, കരുവാറ്റ ചന്ദ്രൻ, മോറീസ് ഷാനവാസ്... തുടങ്ങിയവർ ഇന്ന് നമ്മോടൊപ്പമില്ല. മൺമറഞ്ഞ എല്ലാ കാർട്ടൂണിസ്റ്റുകളേയും ഓർക്കാൻ മലയാള കാർട്ടൂണിന്റെ 100-ാം വർഷം ഒരു നിമിത്തമായി. ●



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

താടിയുള്ള അപ്പനേം ഇപ്പം പേടിയില്ല



സ്ക്കൂൾ തലത്തിൽ ഒരു പരിധിവരെ ഇവരെ നിയന്ത്രിക്കാനാകുന്നുണ്ടെങ്കിലും കോളേജ് തലത്തിലെത്തുമ്പോഴേക്ക് ഇവർ നിയന്ത്രണങ്ങളുടെ പരിധിക്കു പുറത്താകുന്നു. ഇതിന്റെ പ്രധാന കാരണം മാതാപിതാക്കൾ തന്നെയാണ്.

മതപണ്ഡിതന്മാരിൽ ഭൂരിഭാഗവും പണ്ടു മുതലെ താടിക്കാരായിരുന്നു. നമ്മുടെ ചെറുപ്പകാലത്ത് അവരോട് ഭയഭക്തി ബഹുമാനങ്ങളുണ്ടായിരുന്നു. ഇന്ന് അവരോട് അടുക്കുവാൻ ഭയം തോന്നുന്നു. ഇവരിൽ പലരുടേയും കൈയിലിരിപ്പ് ഇന്നങ്ങനെയാണ്. പുതു തലമുറയെ നന്നാക്കാനുള്ള അറിവോ താൽപ്പര്യമോ അവരിൽ കാണുന്നുമില്ല. പുതു തലമുറ ഒട്ടും അനുസരണയില്ലാത്തവരായി മാറിക്കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നുവെന്നതും അവരെ നിരുത്സാഹപ്പെടുത്തുന്നുണ്ടാകാം

തത്വസംഹിതകളുടെ സാംരാംശം ഉൾക്കൊള്ളാനാകാത്ത 'പണ്ഡിതർ' അദ്ധ്യാപനരീതി സാമ്പത്തികാടിസ്ഥാനത്തിലാക്കിയപ്പോൾ വിശ്വാസികളും പിൻതിരിഞ്ഞ് യുക്തിവാദികളായി തുടങ്ങി. പ്രഗൽഭരും പ്രശസ്തരുമായവർ പൊതുവേദികളിൽ മറ്റുള്ളവരുടെ പ്രീതിക്കായി 'യുക്തി' പറയുമ്പോൾ യുവതലമുറ ഒന്നാകെ യുക്തിവാദികളായി തെറ്റായ വഴിയെ സഞ്ചരിക്കുവാൻ പ്രചോദനമുൾക്കൊള്ളുന്നവരായി മാറുന്നു. ലഹരിക്ക് അടിമപ്പെടുകയും അതിനുള്ള പണം കണ്ടെത്താനാവാതെ വരുമ്പോൾ വാഹനമോഷണം തുടങ്ങി പലതരം കുറ്റകൃത്യങ്ങളിലൂടെ ക്രിമിനലുകളായി മാറുന്നു. ഇവർക്കു മുന്നിൽ ആചാരാനുഷ്ഠാനങ്ങൾക്ക് യാതൊരു പ്രസക്തിയുമില്ലാതാകുന്നു. ഇവർ സംഘം ചേർന്ന് കൂടുതൽ ശക്തരാകുന്നു. ആദർശം പറയുന്നവരും മുതലാളിമാരും ഇവരുടെലഹരികച്ചവടത്തിലും മറ്റും പങ്കാളികളാകുകയും കുടുംബബന്ധങ്ങളും ദേവാലയങ്ങളുടെ പവിത്രതയും നശിപ്പിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്യുന്നു.

മുതലാളിമാർക്ക് ലാഭം നേടിക്കൊടുക്കാനായി നശിപ്പിച്ചത് സ്വന്തം ജീവിതമാണെന്നു തിരിച്ചറിയുമ്പോഴേക്കും ഇവർ നിയമത്തിന്റെ പിടിയിലകപ്പെട്ടിരിക്കും. കുറെ നാളത്തെ ജയിൽ വാസത്തോടെ ഇവർക്ക് ആരേയും പേടിയും ശങ്കയുമില്ലാത്തവരായി തീരുകയും ചെയ്യുന്നു.

സ്ക്കൂൾ തലത്തിൽ ഒരു പരിധിവരെ ഇവരെ നിയന്ത്രിക്കാനാകുന്നുണ്ടെങ്കിലും കോളേജ് തലത്തിലെത്തുമ്പോഴേക്ക് ഇവർ നിയന്ത്രണങ്ങളുടെ പരിധിക്കു പുറത്താകുന്നു. ഇതിന്റെ പ്രധാന കാരണം മാതാപിതാക്കൾ തന്നെയാണ്.

മാറ്റാരെയും പേടിയില്ലാത്തവരെ, നന്നാക്കിയെടുക്കേണ്ട കടമ മാതാപിതാക്കളുടെതാണ്. ഞാൻ ലക്ഷങ്ങൾ കൊടുത്താണ് എന്റെ മോന് അഡ്മിഷൻ വാങ്ങിയതെന്ന് പൊങ്ങച്ചം പറയുന്നതും, കോളേജിൽ പോകുന്നത് അടിപിടി കൂടാനും, വളക്കാനും, മരംചുറ്റി

കരങ്ങാനുമാണെന്ന് ബുദ്ധിയുറക്കാത്ത കുട്ടികൾ മനസ്സിലാക്കിയിരിക്കുന്നതുമാണ് ഈ വക അപകടങ്ങൾക്കൊക്കെ കാരണവും.

താടിയുള്ള അപ്പനേം പേടിയില്ലാത്തതു കൊണ്ട്, അദ്ധ്യാപകർക്ക് ഇവന്മാരെയൊന്നും നന്നാക്കാനാവാത്തതുകൊണ്ടും കണ്ണടക്കുമ്പോൾ, പാമ്പിനെ തല്ലുന്ന ചൂരലുമായി ആഴ്ചയിൽ രണ്ട് മൂന്ന് തവണയെങ്കിലും കോളേജിൽ ചെന്ന് കോളേജ് അധികാരികളുടെ അനുവാദത്തോടെ ഇവരെ അടിച്ച് പഠിപ്പിക്കേണ്ടതും ഒരു ഉത്തമ സമൂഹത്തെ വളർത്തിയെടുക്കേണ്ടതും വിദ്യാസമ്പന്നരായ മാതാപിതാക്കളുടെ കർത്തവ്യമാണ്. അവർ ഒന്ന് ഉണർന്ന് പ്രവർത്തിക്കേണ്ടതാണ്. അല്ലാത്തപക്ഷം ഇവർ ആരെയും പേടിക്കാതെയും ആരും പേടിപ്പിക്കാതെയും നശിച്ച് പോകും. നാടിനും കുടുംബത്തിനും യാതൊരു ഉപകാരവുമില്ലാത്ത സമൂഹമായി ഇവർ അധ:പതിക്കും. ഇവരോടൊപ്പം കൂടുന്ന നല്ലവരായ പലരുടെയും ഗതിയും അധോഗതിയാകും

സമാധാനപരമായ കോളേജ് അന്തരീക്ഷങ്ങളും ആരോഗ്യകരമായ രാഷ്ട്രീയ താല്പര്യങ്ങളും വളർത്തിയെടുക്കേണ്ടതിൽ കോളേജ് അധികാരികളുടെയും മാതാപിതാക്കളുടെയും ഒപ്പം കഴിവുറ്റ പോലീസ് മേധാവികളുടെയും ആത്മാർത്ഥമായ സേവനമുണ്ടാകേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്.

സാമാന്യ ബുദ്ധിയും ബോധവുമില്ലാത്ത വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി കോളേജ് തലത്തിൽ രാഷ്ട്രീക്കാരുടെ ഇടിമുറി വരെയുണ്ടെന്നും അതിൽ കയറ്റി പാവപ്പെട്ട വിദ്യാർത്ഥികളെ, സ്വസഹോദരങ്ങളെ, ഇവർ പീഡിപ്പിക്കുന്നത് അറിയുമ്പോൾ, കേൾക്കുമ്പോൾ, ഈ വിലപിടിപ്പുള്ള ഏക്കർകണക്കിന് സ്ഥലത്ത് പ്രവർത്തിക്കുന്ന വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങൾ കൊണ്ട് എന്ത് നേട്ടമാണ് ഈ നാടിന് ഉണ്ടാകുക. ഇവിടങ്ങളിൽ, കോളേജുകളിൽ, വെറുതെ കിടക്കുന്ന ഒരു പാട് ഏക്കർ സ്ഥലങ്ങളുണ്ട്. അവിടെയെല്ലാം ആശുപത്രികൾ പണിതാൽ ദുരിതമനുഭവിക്കുന്ന നമ്മുടെ പാവപ്പെട്ട സഹോദരങ്ങൾക്കെങ്കിലും ഗുണം ചെയ്യും. ഇതോടെ വിദ്യാർത്ഥികളെ ബോധവൽക്കരിക്കാനും അത് ഉപകരിക്കും. അവരെ നന്മയിലേക്ക് നയിക്കാൻ ഒരു പക്ഷെ ഇതോടെ നമുക്ക് സാധിച്ചെന്നും വരും. ഈ അക്രമ രാഷ്ട്രീയത്തിൽ നിന്നെല്ലാം രക്ഷിക്കേണ്ടതും, പിൻതിരിപ്പിക്കാൻ ശ്രമിക്കേണ്ടതും, മക്കൾക്കായി കോളേജിനോടൊപ്പം സഹകരിക്കേണ്ടതും മാതാപിതാക്കളാണ്.

സർക്കാറിനെ എല്ലാറ്റിനും പഴിചാരുന്നതിൽ കഴമ്പില്ലെന്നും രക്ഷിതാക്കൾ മനസ്സിലാക്കുക, തിരിച്ചറിയുക. പഠിക്കാൻ ഇത്രയേറെ അവസരങ്ങൾ ലഭിച്ചിട്ടും, വിദ്യാസമ്പന്നരായിട്ടും, കാലത്തിനനുസരിച്ച് മാറാത്തവരും അത്യാധുനിക സൗകര്യങ്ങളും ഗുണഗണങ്ങളും മനസ്സിലാക്കാത്തവരും നാം മലയാളികളാണെന്ന് തോന്നുന്നു.

എഴുത്തും വായനയുമറിയാത്ത ബംഗാളികൾ പണ്ട് ഒരു ഓഡിയോ കാസററ് നിറയെ വീട്ടു വിശേഷങ്ങൾ റിക്കോർഡ് ചെയ്ത് നാട്ടിൽ നിന്ന് എത്തുന്നത് പാർക്കിലെ കുറ്റിച്ചെടികൾക്കിടയിൽ ഇരുന്നു കേട്ടിരുന്നതും, ഇന്ന് അവർ ഫുൾ ടോക്ക്ടൈമുള്ള സെൽ ഫോൺ വാങ്ങി വീട്ടുകാരുമായി ഇടവിടാതെ സംസാരിച്ച് സന്തോഷിക്കുന്നതും കാണുമ്പോൾ, സ്വകുടുംബത്തെയും വളർത്തി വലുതാക്കി സംരക്ഷിച്ച് പരിപാലിച്ചവരെയും, അവർ കനിഞ്ഞേകിയ അത്യാധുനിക സൗകര്യങ്ങളെയും തിരിച്ചറിയാതെ നമ്മുടെ കുട്ടികൾ, പുതുതലമുറ, വഴി തെറ്റി പോകുന്നതിൽ വിദ്യാസമ്പന്നരെന്ന് അവകാശപ്പെടുന്ന നാം മുതിർന്നവർക്കും ഭരണകർത്താക്കൾക്കും പങ്കുണ്ടന്നെത് ലജ്ജാവഹം തന്നെയാണ്.

പുതു തലമുറ നശിക്കാതിരിക്കേണ്ടത് എല്ലാവരുടെയും ആവശ്യമാണെന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞ് മാതാപിതാക്കളും അദ്ധ്യാപകരും അധികാരികളും ഒന്നിച്ച് പ്രവർത്തിക്കേണ്ട കാലം അതിക്രമിച്ചിരിക്കുന്നു. ●



ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്

Homage

സത്താർ



നിരവധി വില്ലൻ കഥാപാത്രങ്ങളിലൂടെ ശ്രദ്ധേയനായ സിനിമാ നടനായിരുന്നു സത്താർ. ഗവൺമെന്റ് ഹൈസ്കൂൾ വെസ്റ്റ് കൊടുങ്ങല്ലൂരിൽ നിന്ന് പ്രാഥമിക വിദ്യാഭ്യാസം പൂർത്തിയാക്കിയ സത്താർ യൂണിയൻ ക്രിസ്ത്യൻ കോളേജ് ആലുവയിൽ നിന്നും ഹിസ്റ്ററിയിൽ ബിരുദാനന്തര ബിരുദം നേടി. വിദ്യാഭ്യാസം പൂർത്തിയാക്കിയതിനു ശേഷമാണ് സത്താർ അഭിനയത്തിലേക്ക് ചുവടുവെയ്ക്കുന്നത്. 1975ൽ എം.കൃഷ്ണൻ നായർ സംവിധാനം ചെയ്ത ഭാര്യയെ ആവശ്യമുണ്ട് മുതൽ 22 ഫീമെയിൽ കോട്ടയം വരെയുള്ള അഭിനയ ജീവിതത്തിൽ വില്ലൻ വേഷങ്ങളിലൂടെ മലയാളസിനിമയിൽ ശ്രദ്ധേയനായ നടനായിരുന്നു. 1976ൽ വിൻസെന്റ് മാസ്റ്റർ സംവിധാനം നിർവഹിച്ച അനാവരണം എന്ന ചിത്രത്തിൽ ആദ്യമായി നായക വേഷം ചെയ്തു. ശരപഞ്ജരം, 22 ഫീമെയിൽ കോട്ടയം, ലാവ തുടങ്ങിയവയാണ് സത്താറിന്റെ പ്രധാന ചിത്രങ്ങൾ. മലയാളം, തമിഴ്, തെലുങ്ക് ഭാഷകളിലായി മുന്നൂറോളം ചിത്രങ്ങളിൽ അഭിനയിച്ചു. 2014ൽ കരീം സംവിധാനം ചെയ്ത പറയാൻ ബാക്കിവെച്ചത് ആണ് അവസാന സിനിമ. 67-ാം വയസ്സിൽ 2019 സെപ്തംബർ 17 ന് അന്തരിച്ചു.



*ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച
ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.*

മാതൃഭൂമി സെപ്തംബർ 03, 2019

മാലിന്യം പ്രകൃതിവാതകമാവുമ്പോൾ

പദ്ധതികളേറെ നടപ്പാക്കിയിട്ടും പരിഹരിക്കാനാകാത്ത പ്രശ്നമാണ് കേരളത്തിൽ മാലിന്യ സംസ്കരണം. പുഴത്തീരങ്ങളെല്ലാം അറവുകേന്ദ്രങ്ങളായി. നീരൊഴുകുന്നിടമെല്ലാം മാലിന്യം തള്ളാനുള്ള സുരക്ഷിത താവളമായി. പുഴകളും തോടുകളും നീർച്ചാലുകളുമെല്ലാം ഒഴുക്കുനിലച്ച് വെള്ളം കെട്ടികിടക്കുന്ന കാഴ്ച കേരളത്തിന് ചിരപരിചിതമായി. ശുദ്ധവെള്ളം കിട്ടാതായി. പലരൂപത്തിൽ ഒരോരോ രോഗങ്ങൾ എത്തിയതോടെ ഇതിൽ നിന്ന് മോചനം വേണമെന്ന് ഓരോ മലയാളിയുടെ മനസ്സിലും ബോധം വീണുതുടങ്ങി. അങ്ങനെയാണ് മാലിന്യമില്ലാത്ത കേരളത്തെ വീണ്ടെടുക്കാൻ സർക്കാർ ഹരിത കേരള മിഷൻ പ്രഖ്യാപിച്ചത്. പുഴയും തോടും വീണ്ടെടുക്കലാണ് ഹരിതകേരളമിഷൻ ഏറ്റെടുത്ത പ്രധാന പ്രവർത്തനം. കേരളത്തിൽ മാലിന്യ സംസ്കരണകേന്ദ്രങ്ങൾ ഇപ്പോൾ മാലിന്യക്കൂമ്പാരകേന്ദ്രങ്ങളായി മാറുന്ന അവസ്ഥയാണ്. ഇതിനു പരിഹാരമായി ജൈവമാലിന്യം സംസ്കരിച്ച് പ്രകൃതിവാതകവും ജൈവവളവും ഉല്പാദിപ്പിക്കുന്നതാണ് പുതിയ പദ്ധതി. കേന്ദ്രസ്ഥാപനമായ നാഷണൽ അഗ്രിക്കൾച്ചറൽ കോ-ഓപ്പറേറ്റീവ് മാർക്കറ്റിംങ്ങ് ഫെഡറേഷൻ ആണ് ഇത് സ്ഥാപിക്കുന്നത്. നാഫെഡിന്റെ പദ്ധതി അവസരമായി കേരളത്തിന് ഉപയോഗപ്പെടുത്താനാകണം.

ദീപിക സെപ്തംബർ 11, 2019

കാത്തുസൂക്ഷിക്കണം നമ്മുടെ ഓണസംസ്കാരം

അപരന്റെ വാക്കുകൾ സംഗീതസദൃശ്യയായും അയൽക്കാരന്റെ വേദനകൾ സ്വന്തം സങ്കടങ്ങളായും കാണേണ്ട നന്മമനസിന്റെ ഉടമകളാണു നാമെന്ന് ഒരിക്കൽകൂടി ഓർമ്മപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ട് നാം ഓണം ആഘോഷിക്കണം. ആഗോള ജനസംഖ്യയിൽ എത്രയോ തുച്ഛമാണെങ്കിലും അസൂയാവഹവും അഭിമാനകരവുമായൊരു സ്വത്വബോധത്തിന്റെ പിൻബലമുള്ളവരാണു മലയാളികൾ. ഓണത്തിനു പിന്നിലെ എല്ലാ ഐതിഹ്യങ്ങളും മലയാളക്കരയുടെ നീതിബോധവും സാഹോദര്യവും ഉദ്ഘോഷിക്കുന്നതാണ്. എന്നാൽ അവയെല്ലാം മാവേലിക്കാലത്തെ നന്മകൾ മാത്രമല്ലെന്നും മലയാണ്മയുടെ ജീവസംസ്കാരമാണെന്നും അടയാളപ്പെടുത്താൻ ഓരോ മലയാളിക്കും കടമയുണ്ട്. അഹങ്കാരവും അസഹിഷ്ണുതയും അപഭ്രംശങ്ങളുമാണു പല ജനവിഭാഗങ്ങളെയും തകർത്തുകളഞ്ഞതെന്നു ചരിത്ര സാക്ഷ്യങ്ങളുണ്ട്. വിദ്യാഭ്യാസ ആരോഗ്യ മേഖലകളിൽ എണ്ണം പറഞ്ഞ നേട്ടം സ്വന്തമാക്കിയ നാമിന്നു വളറെയേറെ പിന്നോട്ടു പോകുന്നുവെന്ന വിമർശനമേൽക്കേണ്ടി വരുന്നു. ദേശീശതലത്തിൽ പോലും ശ്രദ്ധേയമായ കലാലയങ്ങൾ നമുക്ക് ഇല്ലാതാകുന്നു. കഠിനാധ്വാനവും സത്യസന്ധതയും അർപ്പണമനോഭാവവുമാണ് മലയാളികളെ ലോകമെങ്ങും പ്രിയങ്കരരാക്കിയത്. വരും തലമുറയിലേക്കും ഈ സദ്ഗുണങ്ങൾ സന്നിവേശിപ്പിക്കുകതന്നെവേണം. കൂട്ടായ്മയുടെ സംസ്കാരമാണ് ഓണം. മാറുന്ന കാലഘട്ടത്തിൽ ഓണാഘോഷ രീതികൾക്കു മാറ്റമുണ്ടാകുക സ്വാഭാവികമാണ്.എന്നാൽ അവയെല്ലാം ബന്ധങ്ങളുടെ ഇഴയടുപ്പം കൂട്ടാനും സുദൃഢമാക്കാനും പര്യാപ്തമായിരിക്കണം. കള്ളവും ചതിയുമില്ലാതെ സാഹോദര്യത്തോടെ ജീവിക്കുക എന്ന മലയാളിയുടെ സംസ്കാരം ഭൂതകാല ചരിത്രത്തിൽ തളയ്ക്കാതെ വർത്തമാനകാലത്തിനും ഭാവിയിലും ഉത്കൃഷ്ടമാക്കാൻ ബോധപൂർവ്വമായ പരിശ്രമം വേണം.

ചന്ദ്രിക സെപ്തംബർ 11, 2019

നിയമം നീതിക്ക് തടസ്സമായിക്കൂടാ

2019 സെപ്തംബർ ആറിലെ സുപ്രീംകോടതിയുടെ വാക്കുകൾ സാക്ഷരകേരളത്തിന് വലിയ സന്ദേശമാണ് നൽകിയിരിക്കുന്നത്. കയ്യിൽ നിഷ്പക്ഷതയുടെ തുലാസുമായി കണ്ണടച്ചുപിടിച്ചാണ് നീതിദേവതയുടെ നിൽപ്. നിയമം നടപ്പാക്കുമ്പോൾ പക്ഷപാതരഹിതമായിരിക്കണമെന്ന സാർവലൗകികതത്വത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണത്. അതേ സമയം പുലിയേയും മാനിനേയും ഒരേ തൊഴുത്തിൽ കെട്ടരുതെന്നത് സാമാന്യനീതിയുടെ ഭാഗവും. നിയമത്തിന് മുകളിലുള്ള നീതിയെയാണ് ഇതുകൊണ്ട് വിവക്ഷക്കുന്നത്. എറണാകുളം ജില്ലയിലെ മരട് നഗരസഭാതിർത്തിയിൽ പ്രവർത്തിച്ചുവരുന്ന ഏതാനും വാസസമുച്ചയങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ ജുഡീഷ്യറി സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്ന നിലപാട് ഇതിന് കടകവിരുദ്ധമായോ എന്നാണ് ഇപ്പോൾ ചർച്ച ചെയ്യപ്പെടുന്നത്. കെട്ടിടങ്ങൾ പൊളിച്ചുകളയുമ്പോൾ അവിടെ താമസിച്ചുവരുന്ന മനുഷ്യരോട് എന്ത് നിലപാടെടുക്കണമെന്ന് കോടതി പറഞ്ഞിട്ടില്ല. വിധി നടപ്പാക്കിയാൽ സ്വാഭാവികമായും ആ കുടുംബങ്ങൾക്ക് മറ്റൊരിടത്തേക്ക് മാറേണ്ടിവരും. ഇവിടെ സംഭവിക്കുന്ന ദുരിതവും കണ്ണീരും കാണാതെ പോകരുത്. മനുഷ്യരാണ് നിയമം ഉണ്ടാക്കുന്നത് നടപ്പിലാക്കേണ്ടതും അവർ തന്നെ. അതേ മനുഷ്യരെതന്നെ നിയമം തിരിഞ്ഞുകൊത്തുന്നത് കൗതുകകരമായിരിക്കുന്നു. നിയമങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുന്ന ജനപ്രതിനിധികൾക്കും ഭരണകൂടങ്ങൾക്കും അതിനെ വ്യാഖ്യാനിക്കുന്ന കോടതിക്കും അവ യഥാവിധി നടപ്പാക്കപ്പെടുന്നുണ്ടെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തേണ്ട ഉത്തരവാദിത്വം കൂടിയുണ്ടെന്നാണ് ഇതൊക്കെ പകരുന്ന പാഠം.

മംഗളം സെപ്തംബർ 13, 2019

രോഗമറിഞ്ഞുവേണം ചികിത്സ

പണ്ഡിതൻ ലോകത്തിലെല്ലാത്തിനെക്കുറിച്ചും അറിയുന്നവനല്ല. തനിക്ക് എന്തൊക്കെ അറിയുന്നില്ലന്ന് തിരിച്ചറിയുന്നവനാണ് പണ്ഡിതൻ. അങ്ങനെയൊരു തിരിച്ചറിവുണ്ടാകാൻ പാണ്ഡിത്യം ആവശ്യമാണ്. കേൾക്കുന്നവനു തന്നേക്കാൾ വിവരമുണ്ടെന്ന തിരിച്ചറിവും പാണ്ഡിത്യത്തിന്റെ പ്രധാന ലക്ഷണമാണ്. തങ്ങൾക്കു എല്ലാക്കാര്യത്തിലും അഗാധമായ അറിവുണ്ടെന്ന കേന്ദ്രമന്ത്രിമാരുടെ ധാരണ തിരുത്തേണ്ട കാലം വൈകിയിരിക്കുന്നു. അല്ലെങ്കിൽ ഓരോ ദിവസവും അവർ അപഹാസ്യരായിക്കൊണ്ടിരിക്കും. രാജാവ് നഗ്നനാണെന്ന് അണികൾ അവരെ ബോധ്യപ്പെടുത്താത്തിടത്തോളം കാലം നാവുദോഷം കൊണ്ട് അവർ സമൂഹത്തിനു മുന്നിൽ അവഹേളനാപാത്രങ്ങളായിത്തന്നെ തുടരും. ചെയ്തുകൂട്ടുന്നതൊക്കെ അബദ്ധങ്ങളുമാകും. ആ അബദ്ധങ്ങൾ രാജ്യത്തിന്റെ ഗതിയെത്തന്നെ മാറ്റിമറിക്കും. യാഥാർഥ്യത്തെ തിരിച്ചറിയാനും അംഗീകരിക്കാനുമുള്ള ആർജവമാണ് രാജ്യത്തെ നയിക്കുന്നവർക്കുവേണ്ടത്. ഇരുട്ടുകൊണ്ടുള്ള ഓട്ടയടയ്ക്കൽ പടുകുഴിയിലെത്തിക്കുമെന്നുള്ള വിവേകം നേതാക്കന്മാർ പുലർത്തണം. ഉപഭോഗസംസ്കാരത്തെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയല്ല ഭരണാധികാരികൾ ചെയ്യേണ്ടത്. യാഥാർത്ഥ്യത്തെ തിരിച്ചറിയാനും അംഗീകരിക്കാനുമുള്ള ആർജവമാണ് രാജ്യത്തെ നയിക്കുന്നവർക്കു വേണ്ടത്. വ്യാവസായിക മേഖലയിലും വ്യാപാര, വിപണന മേഖലകളിലും പ്രതിസന്ധികൾ ഉടലെടുത്തിരിക്കുന്നതു കണ്ടില്ലെന്നു നടിക്കാനാവില്ല. രാജ്യത്തെ ജനങ്ങളെ പഴിക്കുന്നതിനു പകരം പ്രതിസന്ധിയുടെ മൂലകാരണം കണ്ടെത്തുകയാണു വേണ്ടത്.

ജന്മഭൂമി സെപ്തംബർ 18, 2019

ഒടുവിൽ മാതൃഭാഷയെ അറിയുന്നു

സ്വന്തം നാടിനോടും ഭാഷയോടും സ്നേഹം വേണമെന്നു ആരും പറഞ്ഞുതരേണ്ടതില്ല. മാതൃഭാഷയെന്നത് മാതാവിനെപ്പോലെയാണെന്ന് അറിവുള്ളവരും അനുഭവസ്ഥരും എത്രയോ കാലമായി പറയുന്നതാണ്. മാതൃഭാഷ പെറ്റമ്മയെപ്പോലെയും മറ്റു ഭാഷകൾ കേവലം ധാത്രിമാരാണെന്നും ഉള്ളത് വെറും കവിവാക്കല്ല. നേരറിവിന്റെ ചൂടും ചൂരും മാതൃഭാഷയിൽ കൂടിയല്ലാതെ അനുഭവിക്കാനാവില്ല. അങ്ങനെ അനുഭവിച്ച് സ്ഫുടം വന്നെങ്കിൽ മാത്രമേ ഭാഷയുടെ ശക്തിയും സൗന്ദര്യവും ഗരിമയും മറ്റുള്ളവർക്ക് മനസ്സിലാവുകയുള്ളൂ. മലയാളി ഇതിന് നേരെ വിഭിന്നമാണ്. മലയാളം പറയുന്നത് തന്റെ പദവിക്കു യോജ്യമല്ലെന്ന അപകർഷതാബോധത്തിന്റെ ഉപോൽപ്പന്നമായ സ്വഭാവമാണ് അവനെ നിയന്ത്രിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഇതിന്റെ ഉദഹരണമായാണല്ലോ പിഎസ്സിയുടെ പരീക്ഷയെ കാണുന്നത്. ഭാഷാഭ്രാന്തിനെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കാതിരിക്കുകയും ഭാഷാസ്നേഹത്തെ കൈപിടിച്ചു നയിക്കുകയും ചെയ്യുകയെന്ന രീതിയാണ് അഭികാമ്യം. ഒരു വിഷയം മാതൃഭാഷയിലൂടെ മനസ്സിലാവുന്നതിന്റെ അത്ര വരില്ല മറ്റൊരു ഭാഷയിലൂടെ അറിയുന്നത്. മാതൃഭാഷയെ സ്നേഹിക്കാനും ആദരിക്കാനും നിയമംകൊണ്ട് കഴിയുകയില്ല എന്നാൽ ചില ഇടപെടലുകൾ അതിന് യുക്തിഭദ്രമായ കരുത്തു പകരുമെന്നു നിസ്സംശയം പറയാം. ഏതായാലും പിഎസ്സി പരീക്ഷയിൽ മലയാളത്തിൽ ചോദ്യങ്ങൾ ഏർപ്പെടുത്താൻ തീരുമാനമായി എന്നതിൽ ആഹ്ലാദിക്കാം.

മലയാള മനോരമ സെപ്തംബർ 18, 2019

ജീവവായു തേടുന്നു നമ്മുടെ തോട്ടങ്ങൾ

ഒട്ടേറെ പുത്തൻ തൊഴിലവസരങ്ങളും സംരംഭങ്ങളുമൊക്കെയുണ്ടായ ശേഷവും കേരളത്തിൽ കൂടുതൽ പേർ ഉപജീവനം കണ്ടെത്തുന്ന മേഖലയാണു തോട്ടങ്ങൾ. മൂന്നരലക്ഷത്തോളം പേർക്കു തൊഴിൽ നൽകുന്നതിനൊപ്പം നാടിനെ ഹരിതാഭമായി നിലനിർത്തുന്നതിലും വലിയ പങ്കു വഹിക്കുന്ന തോട്ടങ്ങൾ നിർഭാഗ്യവശാൽ ഏതാനും വർഷങ്ങളായി അടച്ചുപൂട്ടൽ ഭീഷണിയിലാണ്. പ്രകൃതിക്ഷോഭം, കാലാവസ്ഥാമാറ്റം, കുറയുന്ന ഉൽപാദന ക്ഷമത, കുത്തനെ ഉയരുന്ന ഉൽപാദനച്ചെലവ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള പ്രതികൂല ഘടകങ്ങൾ തോട്ടം മേഖലയ്ക്കു തിരിച്ചടിയായി. ഇവയുടെ അടിസ്ഥാന പ്രശ്നം സാമ്പത്തികത്തളർച്ച തന്നെയാണ്. പൊതുവിപണിയിലെ വിലവർദ്ധനയ്ക്ക് ആനുപാതികമായി തോട്ടങ്ങളിലെ ഉൽപ്പന്ന വില വർദ്ധിക്കുന്നില്ലന്നു മാത്രമല്ല വേതനചിലവ് ഉയർന്നുവരികയുമാണ്. കേന്ദ്ര സർക്കാരിന്റെ കാർഷിക സുരക്ഷാപദ്ധതികളിൽ തോട്ടം മേഖലയുടെ പരിരക്ഷ ഉറപ്പാക്കാനുള്ള നയമാറ്റം വേണമെന്ന് ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ തോട്ടമുടമകളുടെ സംഘടനയായ ഉപാസിയുടെ വാർഷിക സമ്മേളനം അഭിപ്രായപ്പെട്ടത് ഈ സാഹചര്യത്തിലാണ്. തോട്ടം മേഖല ആദായകരമാകുന്നതുവരെ പിടിച്ചുനിൽക്കാനുള്ള സഹായഹസ്തം നീട്ടുന്നതിനൊപ്പം ആദായത്തിലേക്കു തിരിച്ചെത്താനുള്ള സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുകകൂടി ചെയ്താൽ മാത്രമേ നമ്മുടെ തോട്ടങ്ങൾ ആത്മവിശ്വാസത്തോടെ ഇനിയുമേറെക്കാലം നിലനിൽക്കൂ.

എസ്.ബി.ഐ സർവീസ് ചാർജ് പുതുക്കി

എസ്.ബി.ഐ വിവിധ സേവനങ്ങൾക്കുള്ള ഫീസുകൾ (സർവീസ് ചാർജ്) പരിഷ്കരിച്ചു. പുതുക്കിയ നിരക്കുകൾ ഒക്ടോബർ ഒന്നിന് പ്രാബല്യത്തിൽ വരും. നഗരമേഖലകളിൽ സേവിംഗ്സ് ബാങ്ക് (എസ്.ബി) സൂക്ഷിക്കേണ്ട മിനിമം ബാലൻസ് പരിധി 5,000 രൂപയിൽ നിന്ന് 3,000 രൂപയായി കുറച്ചു. മിനിമം ബാലൻസ് പരിധി അർദ്ധനഗരങ്ങളിൽ 2,000 രൂപയും ഗ്രാമങ്ങളിൽ 1,000 രൂപയുമാണ്. നഗരങ്ങളിൽ ബാലൻസ് 50 ശതമാനത്തിന് (1,500 രൂപ) താഴെയാണെങ്കിൽ 10 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും പിഴ ഈടാക്കും. ബാലൻസ് 75 ശതമാനത്തിന് താഴെയാണെങ്കിൽ പിഴ 15 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും. അർദ്ധനഗരങ്ങളിൽ പിഴ 7.50 രൂപ മുതൽ 12 രൂപ വരെയും ജി.എസ്.ടിയുമാണ്. അഞ്ചു രൂപ മുതൽ 10 രൂപ വരെ പിഴയും ജി.എസ്.ടിയുമാണ് ഗ്രാമങ്ങളിൽ ഈടാക്കുക.

ഡിജിറ്റലായുള്ള എൻ.ഇ.എഫ്.ടി., ആർ.ടി.ജി.എസ് ഇടപാടുകൾക്ക് ഫീസില്ല. എന്നാൽ, ഇവ ശാഖകളിൽ എത്തി നടത്തിയാൽ 10,000 രൂപ വരെയുള്ള ഇടപാടിന് രണ്ടു രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും ഈടാക്കും. രണ്ടുലക്ഷം രൂപയ്ക്കുമേലുള്ള ഇടപാടിന് 20 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയുമാണ് ഫീസ്. രണ്ടുലക്ഷം മുതൽ 5 ലക്ഷം രൂപ വരെയുള്ള ആർ.ടി.ജി.എസ് ഇടപാടിന് ഫീസ് 20 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും. തുക അഞ്ചുലക്ഷം കടന്നാൽ ഫീസ് 40 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും.

ഒക്ടോബർ മുതൽ എസ്.ബി അക്കൗണ്ടിൽ മാസം മൂന്നു തവണയേ സൗജന്യമായി നിക്ഷേപം നടത്താനാകൂ. തുടർന്ന്, ഓരോ നിക്ഷേപ ഇടപാടിനും 50 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും ഫീസ് കൊടുക്കണം. നോൺ-ഹോം ശാഖയിൽ ദിവസം പരമാവധി രണ്ടു ലക്ഷം രൂപയേ നിക്ഷേപിക്കാനാകൂ. അക്കൗണ്ടിൽ ശരാശരി 25,000 രൂപയുള്ളവർക്ക് രണ്ടുതവണയും 50,000 രൂപവരെയുള്ളവർക്ക് 10 തവണയും സൗജന്യമായി മാസം പണം പിൻവലിക്കാം. അതു കഴിഞ്ഞാൽ ഫീസ് 50 രൂപയും ജി.എസ്.ടിയും. അക്കൗണ്ടിൽ ഒരുലക്ഷം രൂപയ്ക്കുമേൽ പണമുണ്ടെങ്കിൽ പണം പിൻവലിക്കലിന് ഫീസില്ല.

ഒക്സ്ഫഡ് ലോകത്തെ ഏറ്റവും മികച്ച യൂണിവേഴ്സിറ്റി

ടൈംസ് ഹയർ എഡ്യൂക്കേഷൻ ലോക റാങ്കിങ്ങിൽ തുടർച്ചയായ നാലാം വർഷവും ബ്രിട്ടീഷ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഒക്സ്ഫഡ് ഒന്നാം സ്ഥാനത്ത്. അതേ സമയം ആദ്യപത്തിൽ ഏഴുസ്ഥാനങ്ങളിലെത്തി അമേരിക്കൻ യൂണിവേഴ്സിറ്റികൾ ആധിപത്യം തുടരുന്നു. ആദ്യ 200 റാങ്കുകളിൽ അമേരിക്കയിൽ നിന്നും 60 യൂണിവേഴ്സിറ്റികളാണ് സ്ഥാനം പിടിച്ചത്. ഒക്സ്ഫഡ് (യു.കെ), കാലിഫോർണിയ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക് (യു.എസ്), കാംബ്രിഡ്ജ് (യു.കെ), സ്റ്റാംഫഡ് (യു.എസ്), മസാച്യുസെറ്റ്സ് ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ടെക്നോളജി (യു.എസ്), പ്രിൻസ്റ്റൻ യൂണിവേഴ്സിറ്റി (യു.എസ്), ഹാർവാഡ് (യു.എസ്), യേൽ യൂണിവേഴ്സിറ്റി (യു.എസ്), യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് ഷിക്കാഗോ (യു.എസ്), ഇംപീരിയൽ കോളേജ് ലണ്ടൻ (യു.കെ) എന്നിവയാണ് അദ്യ പത്ത് സ്ഥാനങ്ങളിൽ.

350-ാം റാങ്കിലെത്തിയ ഐ.ഐ.ടി റോപാർ ആണ് ഇന്ത്യയിൽ നിന്നും ഉയർന്ന റാങ്കിലെത്തിയ സ്ഥാപനം.

മനോരമയ്ക്ക് വാൻ ഇഫ്ര പുരസ്ക്കാരങ്ങൾ

പത്ര സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ലോകസംഘടനയായ വാൻ ഇഫ്രയുടെ രണ്ടു രാജ്യാന്തര പുരസ്കാരങ്ങൾ മലയാള മനോരമയ്ക്ക്. ബിസിനസ്സ് ഇന്നവേഷൻ വിഭാഗത്തിലെ വെള്ളി മെഡൽ മനോരമ ആഴ്ചപ്പതിപ്പിനും വെങ്കല മെഡൽ മലയാള മനോരമ സർക്കുലേഷൻ വിഭാഗവും നടപ്പാക്കിയ പദ്ധതികൾക്കും ലഭിച്ചു.

നോവലുകളും വിവിധ പംക്തികളും കേൾക്കാനും ചലച്ചിത്രഗാനരംഗങ്ങളും മറ്റും കാണാനും കഴിയുന്ന ക്യൂആർ കോഡ്, സംസ്ഥാന കൃഷിവകുപ്പുമായി ചേർന്നുള്ള മിനി കൃഷി ഫാം എന്നീ പദ്ധതികൾ ആഴ്ചപ്പതിപ്പിൽ നടപ്പാക്കിയതിനാണു വെള്ളി മെഡൽ. പോസ്റ്റൽ വരിക്കാർക്കു പ്ലാസ്റ്റിക് ആവരണം ഒഴിവാക്കിയുള്ള വിതരണം, പത്രവും മറ്റു പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളും നനയാതെ ലഭ്യമാക്കാൻ ന്യൂസ് ബോക്സ് എന്നിവയുടെ പേരിലാണു വെങ്കല മെഡൽ.

23 രാജ്യങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള 61 എൻട്രികളാണ് ഏഴു വിഭാഗങ്ങളിലായി പരിഗണിച്ചത്.

WPPയും InMobi ഗ്രൂപ്പും പങ്കാളിത്തത്തിലേക്ക്



WPP യും InMobi ഗ്രൂപ്പും വിപണനക്കാർക്ക് സവിശേഷമായ നേട്ടങ്ങൾ നൽകുന്നതിനായി ഒരു ദീർഘകാല തന്ത്രപരമായ പങ്കാളിത്തത്തിലേക്ക് പ്രവേശിച്ചു. ഇൻമോബി ഗ്രൂപ്പ്, ഗ്രൂപ്പ് എം, കാന്തർ എന്നിവയുൾപ്പെടെയുള്ള ഡബ്ല്യുപിപി ഏജൻസികളിൽ നിന്നുള്ള മികച്ച വൈദഗ്ദ്ധ്യം നേടുന്നതിലൂടെ, ഇന്ത്യൻ വിപണനക്കാരുടെ സങ്കീർണ്ണത ലഘൂകരിക്കാനാണ് ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

WPP യും InMobi ഗ്രൂപ്പും തമ്മിലുള്ള സഹകരണം വ്യക്തിഗത ഉപഭോക്തൃ അനുഭവങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ ബ്രാൻഡുകളെ പ്രാപ്തമാക്കും. ഈ പങ്കാളിത്തത്തിലൂടെ, സമയബന്ധിതമായ മാർക്കറ്റിംഗ് പ്രവർത്തനത്തിലേക്ക് ബ്രാൻഡുകൾക്ക് നിമിഷനേരംകൊണ്ട് സ്ഥിതിവിവരക്കണക്കുകൾ വിവർത്തനം ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ഉള്ളടക്കം, മാധ്യമം, ഡാറ്റ, ഗവേഷണം എന്നിങ്ങനെ നാല് തലങ്ങളിലൂടെ ആഴത്തിലുള്ള വൈദഗ്ധ്യവും സൃഷ്ടിപരമായ സമീപനവും WPP നൽകും. WPP യുടെ ഗ്രൂപ്പ് എം, ഡാറ്റ മാർക്കറ്റിംഗും മീഡിയ ആസൂത്രണവും പ്രേക്ഷക സ്ഥിതിവിവരക്കണക്കും നൽകും.

തെരഞ്ഞടുത്തു



രോഹിത് ഗുപ്ത

സോണി പിക്ചേഴ്സ് നെറ്റ്വർക്കിന്റെ പ്രസിഡന്റായ രോഹിത് ഗുപ്തയെ അഡ്വർടൈസിംഗ് സ്റ്റാൻഡേർഡ് കൗൺസിൽ ഓഫ് ഇന്ത്യയുടെ ചെയർമാനായി തെരഞ്ഞടുത്തു. സുബാഷ് കമ്മത്ത്, (മാനേജിംഗ് പാർട്ണർ ബിബിഎച്ച് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്) വൈസ് ചെയർമാനായും സാക്ഷി സിൻഹ (സി.ഇ.ഒ. മീഡിയ ബ്രാൻഡ്സ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്) ട്രഷററായും എ.എസ്.സി.ഐയുടെ മൂപ്പത്തിമൂന്നാമത്തെ വാർഷിക പൊതുയോഗത്തിൽ തെരഞ്ഞെടുത്തു. മെമ്പർമാരായി ഗിരീഷ് അഗർവാൾ (ഡയറക്ടർ, ദൈനിക് ഭാസ്കർ ഗ്രൂപ്പ്), വികാസ് അഗ്നിഹോത്രി (ഡയറക്ടർ സെയിൽസ്, ഗൂഗിൾ ഇന്ത്യ), പ്രസൂൺ ബാസു (നെൽസൺ ഇന്ത്യ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്), ഹരീഷ് ഭട്ട് (ഡയറക്ടർ, ടാറ്റ ഗ്ലോബൽ ബിവറേജസ്), മധുസൂതനൻ ഗോപാലൻ (സി.ഇ.ഒ., പി&ജി), സന്ദീപ് കോല്ഹി (എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഡയറക്ടർ, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ യുണിലിവർ), പ്രൊ.എസ്.കെ.പലേക്കർ (എക്സിക്യുട്ടീവ് എഡ്യുക്കേഷൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മാനേജ്മെന്റ് ടെക്നോളജി), എൻ.എസ്. രാജൻ (മനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ, കെച്ചിംഗ് സമ്പർക്ക് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്), ഡി.ശിവകുമാർ (ആദിത്യ ബിർളാ മാനേജ്മെന്റ് കോർപ്പറേഷൻ), ഉമേഷ് ശ്രീകാന്ത (സി.ഇ.ഒ., ട്രപൂട്ട് ഇന്ത്യ), കെ.വി. ശ്രീധർ (ഫൗണ്ടർ, ഹൈപ്പർ കളക്റ്റീവ് ടെക്നോളജീസ് പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡ്), ശിവകുമാർ സുന്ദരം (ബെന്നറ്റ് കോൾമാൻ & കമ്പനി. ലിമിറ്റഡ്)

ഡ്രൈവർമാരില്ലാത്ത കാറുകൾ

ഡ്രൈവർമാരില്ലാത്ത കാറുകൾ കാത്തിരിക്കുന്നവരാണ് നമ്മളിൽ പലരും. പാശ്ചാത്യരാജ്യങ്ങളിൽ വളരെ മുൻപേ ഇത്തരം കാറുകൾ നിരത്തിലിറങ്ങിയെങ്കിലും ഇന്ത്യൻ റോഡുകളിൽ ഡ്രൈവർമാരില്ലാത്ത കാറുകൾ ഓടിത്തുടങ്ങിയിട്ടില്ല. എന്നാൽ, ഉടൻതന്നെ അതും നടക്കാൻ പോകുന്നുവെന്നാണ് പുതിയ വിവരം. ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് സയൻസും ഐടി ഭീമന്മാരായ വിപ്രോയും പരസ്പരം കൈകോർത്ത് 2020 മാർച്ചോടെ ഇന്ത്യൻ സാഹചര്യങ്ങൾക്ക് അനുകൂലമായ ഡ്രൈവർമാരില്ലാത്ത കാറുകൾ നിർമിക്കാനൊരുങ്ങുകയാണ്. യന്ത്രവൽക്കരണം, റോബോട്ടിക്സ്, മെഷീൻ പഠനം, നിർമിത ബുദ്ധി തുടങ്ങിയ പുത്തൻ ടെക്നോളജി മേഖലകളിലും ഇരുസ്ഥാപനങ്ങളും ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കാനാണ് തീരുമാനം.

വിപ്രോയിലെ ഗവേഷകരുടെ ശ്രമഫലമായി സ്വയം പ്രവർത്തിക്കുന്ന കാർ നിർമിച്ചിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ, ഇന്ത്യൻ റോഡുകളുടെ പ്രവചനാതീതമായ അവസ്ഥകളോട് പിടിച്ചുനിൽക്കാൻ കഴിയുന്ന കാർ നിർമിക്കുക ശ്രമകരമാണ്. ഈ വെല്ലുവിളിയാണ് ഗവേഷകർ ഏറ്റെടുത്തിരിക്കുന്നത്.

മൊബൈൽ ഫോൺ നഷ്ടപ്പെട്ടാൽ ഇനി പേടി വേണ്ട

മൊബൈൽ ഫോൺ നഷ്ടപ്പെട്ടവർക്ക് സഹായവുമായി കേന്ദ്ര ടെലികമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ് വകുപ്പ്. സെൻട്രൽ എക്യുപ്മെൻറ് ഐഡൻറിറ്റി രജിസ്റ്റർ എന്ന പുതിയ പോർട്ടൽ കേന്ദ്ര വിവരസാങ്കേതിക വകുപ്പ് മന്ത്രി രവിശങ്കർ പ്രസാദ് മുംബൈയിലാണ് ഇത് അവതരിപ്പിച്ചത്.

കളവ് പോയതായി റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്ന ഫോൺ മറ്റ് സിം കാർഡുകളിട്ട് ഉപയോഗിക്കാനാവത്ത രീതിയിൽ ബ്ലോക്ക് ചെയ്യാനും അത് വഴി ഫോൺ മോഷണം നിരുത്സാഹപ്പെടുത്താനുമാണ് പദ്ധതി. ഫോൺ നഷ്ടമായാൽ ആദ്യം പൊലീസ് സ്റ്റേഷനിലെത്തി എഫ്ഐആർ ഫയൽ ചെയ്യണം. ഇതിന് ശേഷം ടോൾ ഫ്രീ നമ്പറായ 14422ലേക്ക് വിളിക്കാം. പരാതി സ്ഥിരീകരിച്ച ശേഷം ടെലികമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ് വകുപ്പ് ഫോൺ ബ്ലാക്ക് ലിസ്റ്റ് ചെയ്യും ഇതോടെ ഫോൺ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയാതെയാവും. മറ്റൊരു സിം കാർഡ് ഫോണിൽ ഇട്ട് പ്രവർത്തിപ്പിക്കാൻ ശ്രമിച്ചാൽ ഉടൻ തന്നെ പുതിയ സിമ്മിന്റെയും ആ സിം ഉടമയുടെ വിവരങ്ങൾ പൊലീസിനെ അറിയിക്കും. ഫോണിന്റെ ഐഎംഇഐ നമ്പർ ഉപയോഗിച്ചാണ് പദ്ധതി പ്രാവർത്തികമാക്കുന്നത്. മഹാരാഷ്ട്രയിലാണ് പദ്ധതി പരീക്ഷണാടിസ്ഥാനത്തിൽ തുടങ്ങിയിട്ടുള്ളത് വിജയകരമായാൽ ഇത് രാജ്യവ്യാപകമാക്കും. 2017 മുതൽ കേന്ദ്ര സർക്കാർ സെൻട്രൽ എക്യുപ്മെൻറ് ഐഡൻറിറ്റി രജിസ്ട്രി നിർമ്മിക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ കേന്ദ്രം നടത്തുന്നുണ്ട്. ജിഎസ്എം അസോസിയേഷന്റെ (ഗ്ലോബൽ സിസ്റ്റം ഫോർ മൊബൈൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ അസോസിയേഷൻ) ഐഎംഇഐ ഡാറ്റാബേസ് സെൻട്രൽ എക്യുപ്മെൻറ് രജിസ്ട്രിക്ക് ലഭ്യമാക്കുമെന്നാണ് അറിയുന്നത്.

എഫ്സിബി ഉൽക്ക റിലയൻസ് സ്മാർട്ടിന്റെ ഏജൻസി



മൾട്ടി ഏജൻസി പിച്ചിനെ തുടർന്ന് റിലയൻസ് സ്മാർട്ട് എഫ്സിബി ഉൽക്കയെ ക്രിയേറ്റീവ് ഏജൻസിയായി പ്രഖ്യാപിച്ചു. ഇന്ത്യൻ റീട്ടെയിൽ വിപണിയിൽ നേതൃത്വത്തിലേക്കുള്ള യാത്രയിൽ റിലയൻസ് സ്മാർട്ട് പങ്കാളിയാകാൻ കഴിഞ്ഞതിൽ സന്തോഷമുണ്ടെന്ന് മുംബൈ പ്രസിഡന്റ് കുൽവീന്ദർ അലുവാലിയ പറഞ്ഞു. ഇത് ഒരു വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞതും നെവർ ഫിനിഷ്ഡ് എന്ന എഫ്സിബി തത്ത്വചിന്തയിലൂടെ ബ്രാൻഡിനായി വ്യത്യസ്തമായ ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോം സൃഷ്ടിക്കാനും അതുവഴി മീഡിയ സംരംഭങ്ങളുടെ ഒരു ലോഞ്ച്പാഡായി വർത്തിക്കാൻ കഴിയുമെന്നും വിശ്വസിക്കുന്നു.

നിത്യഹരിത സൊസൈറ്റിയുടെ പ്രഥമ സംഗീത വീഡിയോ ആൽബം 'ഹരിതം ഈ സ്നേഹം'

തിരുവനന്തപുരം കേന്ദ്രമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന നിത്യഹരിത കൾച്ചറൽ ആന്റ് ചാരിറ്റബിൾ സൊസൈറ്റി ആദ്യമായി അവതരിപ്പിക്കുന്ന സംഗീത വീഡിയോ ആൽബമാണ് 'ഹരിതം ഈ സ്നേഹം'. ഹൃദയാ പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ സഹകരണത്തോടെ ഒരുക്കിയ ഈ ആൽബം ചലചിത്ര-ടി.വി നടൻ വഞ്ചിയൂർ പ്രവീൺ കുമാർ ആണ് സംവിധാനം ചെയ്തത്. ഒരു ആഘോഷദിനത്തിൽ ഒരു പോലീസ് ഓഫീസറുടെ കുടുംബത്തിൽ നടക്കുന്ന സംഭവങ്ങളാണ് ഈ ആൽബത്തിൽ പ്രതിപാദിക്കുന്നത്. എസ്. ലക്ഷ്മി രചിച്ച ഗാനത്തിന് അച്ചു കൈപ്പട്ടൂർ ആണ് സംഗീത സംവിധാനം നിർവ്വഹിച്ചത്. നയനാ നായർ(ബാഹുബലി ഫെയിം) ആണ് ഗാനം ആലപിച്ചത്.

റിനോ പള്ളിവീട്ടിൽ, ഹരി ഇറയാംകോട്, എൽ.ആർ. വിനയചന്ദ്രൻ, ബൈജു തീർത്ഥം, എ.കെ. നൗഷാദ്, അനിൽ നെയ്യാറ്റിൻകര, എം.വിശ്വംഭരൻ നായർ, മോഹൻ ദാസ് കല്ലറ, ശ്രീകുമാർ അരശുപറമ്പ്, മുഹമ്മദ് ഷാഫി, പി. ഗിരീഷ്കുമാർ, അജയ്മോഹൻ, ബഷീർ.ഐ.പി, വിവേകാനന്ദൻ തേക്കട, ഇർഫാൻ, മാസ്റ്റർ അർജുൻ ജി.എസ്. നായർ, മാസ്റ്റർ ഈശ്വർ എം. വിനയൻ, മാസ്റ്റർ മുഹമ്മദ് അഹ്സൻ, ആദിത്യ സുരേഷ്, പ്രിയാവിഷ്ണു, നിജി സിറാജ്, അനിത മെഡിക്കൽ കോളേജ്, സുചേത, ബേബി ഗംഗാ ജി. എസ്. നായർ, ബേബി ഹഫ്സ എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ. റിനോ പള്ളിവീട്ടിൽ, ആദിത്യ സുരേഷ് എന്നിവരാണ് ഇതിൽ പ്രധാന കഥാപാത്രങ്ങളെ അവതരിപ്പിച്ചത്. നിത്യഹരിത സൊസൈറ്റിയിലെ അംഗങ്ങളാണ് ഇതിൽ കഥാപാത്രങ്ങളായി അഭിനയിച്ചത്.



ക്രിയേറ്റീവ് ഹെഡ്, പി. ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. സ്ക്രിപ്റ്റ്: എൽ. ആർ. വിനയചന്ദ്രൻ. ഛായാഗ്രഹണം: അജീഷ് രാജ്. ക്രിയേറ്റീവ് കോൺട്രിബ്യൂഷൻ, കോ-ഓർഡിനേഷൻ: രജീ ഏദൻ. എഡിറ്റിംഗ്: അനൂപ് തുളസീധരൻ. മേക്കപ്പ്: ശ്രീകുമാർ അരശുപറമ്പ്. കലാസംവിധാനം: ഹരി ഇറയംകോട്. ലാബ്: ഏദൻസ് ലാബ്. നടനും കഥാപ്രാസംഗികനുമായ വഞ്ചിയൂർ പ്രവീൺകുമാർ ആദ്യമായി സംവിധാനം ചെയ്ത ആൽബമാണിത്. വെമ്പായം തേക്കടയിലാണ് ആൽബത്തിന്റെ ചിത്രീകരണം നടന്നത്.

യൂട്യൂബിൽ റിലീസ് ചെയ്ത ആൽബം ധാരാളം പേർ കണ്ടു. haritham ee sneham malayalam album എന്ന് യൂട്യൂബിൽ സേർച്ച് ചെയ്യുമ്പോൾ ആൽബം കാണാൻ കഴിയും. ചലച്ചിത്ര പി. ആർ.ഒ റഹിം പനവൂർ പ്രസിഡന്റായിട്ടുള്ള കൂട്ടായ്മയാണ് നിത്യഹരിത സൊസൈറ്റി.

റഹിം പനവൂർ, പി.ആർ.ഒ.

കെ.എസ്.ഹരിഹരന്റെ ടെലിഫിലിം 'ധർമ്മസാർത്ഥകം'

കെ.എസ്.ഹരിഹരൻ രചനയും സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്ന ടെലിഫിലിമാണ്. ആധുനിക ഉപഭോഗ സംസ്കാരത്തിൽപ്പെട്ട് ഉഴലുന്ന ധർമ്മൻ എന്ന കൂലിപ്പണിക്കാരന്റെയും അയാളുടെ കുടുംബത്തിന്റെയും കഥയാണ് ഈ ടെലിഫിലിമിലൂടെ പറയുന്നത്. മലബാർ സിൽക്സ് ഉടമ ഹസ്സൻ പെരിന്തൽമണ്ണ ആണ് നിർമ്മാതാവ്. മിമിക്രിതാരം ഉണ്ണി പെരിന്തൽമണ്ണ ആണ് ഇതിൽ നായക വേഷത്തിലെത്തുന്നത്. അഷ്റഫ് പെരിന്തൽമണ്ണ, സുനിൽ പാതാക്കര, വേങ്ങൂർ മുജീബ് റഹ്മാൻ, സത്യൻ ചെറുപ്പുളശ്ശേരി, ലിയാമോൾ, ബേബിവൈഗ എന്നിവരാണ് മറ്റ് പ്രധാന അഭിനേതാക്കൾ.

ടെലിഫിലിമിന്റെ പൂജാ കർമ്മം ചലച്ചിത്ര സംവിധായകൻ മേലാറ്റൂർ രവിവർമ്മ ഭദ്രദീപം കൊളുത്തി നിർവ്വഹിച്ചു. ചലച്ചിത്ര നടന്മാരായ ഉബൈദ്ഖാൻ പെരിന്തൽമണ്ണ, ഛായാഗ്രാഹകൻ ശ്രീജു അങ്ങാടിപ്പുറം. സത്യൻ ചെറുപ്പുളശ്ശേരി, ശക്തിധരൻ പെരിന്തൽമണ്ണ എന്നിവർ സംബന്ധിച്ചു.

ചലച്ചിത്ര തിരക്കഥാകൃത്തും നോവലിസ്റ്റുമായ



കെ.എസ് ഹരിഹരൻ ആദ്യമായി സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ടെലിഫിലിമാണിത്. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ

റഹിം പനവൂർ, പി.ആർ.ഒ. ഫോൺ: 9946584007

പാണിഗ്രഹണം





തിരുവനന്തപുരത്തെ കടലോര ഗ്രാമമായ മേനംകുളത്ത് ഒരു പഴയ ബംഗ്ലാവിലായിരുന്നു ഷൂട്ടിംഗ് നടക്കുന്നത്. ഒറ്റ നോട്ടത്തിൽ വളരെ പ്രായം കുറഞ്ഞ ഒരു നടി അഭിനയിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. മോഹൻലാലിന്റെ തന്മാത്രയിലെ നായികയായ മീര വാസുദേവായിരുന്നു അത്. പട്ടണം റഷീദിന്റെ മേക്കപ്പിൽ മീരയെ കൗമാരക്കാരിയാക്കിയിരിക്കുന്നു. സന്തോഷ് കീഴാറ്റൂർ, കലാഭവൻ റഹ്മാൻ എന്നിവർ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ഗെറ്റപ്പിൽ ഒപ്പം അഭിനയിക്കുന്നുണ്ട്.

മലയാളത്തിലെ ആദ്യ ടീനേജ് സംവിധായകൻ എന്ന ഖ്യാതി നേടിയ പരസ്യ- ഹ്രസ്വ ചിത്ര സംവിധായകൻ മുഹമ്മദ്ഷായുടെ പാണിഗ്രഹണം എന്ന ചിത്രത്തിന്റെ ലൊക്കേഷൻ ആയിരുന്നു അത്. ചിത്രകാരിയായ ദേവിക മേനോൻ എന്ന കേന്ദ്രകഥാപാത്രത്തിന്റെ മൂന്ന് കാലഘട്ടങ്ങളിലൂടെയാണ് ഈ ചിത്രം കടന്നു പോകുന്നത്. രണ്ടു കാലഘട്ടം മീരയും കുട്ടിക്കാലം ബേബി ഗൗരികൃഷ്ണയുമാണ് അഭിനയിക്കുന്നത്. മുഹമ്മദ് മുസ്ലീം, റ്റി.റ്റി.ഉഷ, മായ സുകു, ഷംനാദ് അലിഖാൻ, അനിൽ നെയ്യാറ്റിൻകര, ഷഹീൻ സുൽത്താൻ, ഷിജിൻ ജോർജ്, സുധീർ സാരസ്യ, വിജയൻ കുഴിത്തുറ, മണികണ്ഠൻ നായർ, ശാസ്തമംഗലം മോഹൻ, രാജ്കുമാർ, അഖിലേഷ് എസ് നായർ, മുരുകേഷ് എന്നിവരാണ് മറ്റ് അഭിനേതാക്കൾ.

കേരളത്തിലെ അറിയപ്പെടുന്ന വെഡ്ഡിങ്ങ് സ്റ്റുഡിയോ ആയ സൂം ആർട്ടിന്റെ ബാനറിൽ റ്റി.എം. സുനിലും ഹക്കിം സിൽ സബീലും ചേർന്നാണ് പാണിഗ്രഹണം എന്ന സിനിമ നിർമ്മിക്കുന്നത്. 2016ലെ കോൺടാക്ട് തിരക്കഥാ മത്സരത്തിൽ പ്രത്യേക ജൂറി പരാമർശം നേടിയ ശ്രീല ഇറമ്പിലിന്റെ ഭ്രഷ്ട് എന്ന തിരക്കഥയെ അവലംബിച്ചാണ് ഈ ചിത്രം നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നത്. സംവിധാനം: മുഹമ്മദ് ഷാ, കഥ, തിരക്കഥ, സംഭാഷണം: മുഹമ്മദ് ഷാ, ശ്രീലാ ഇറമ്പിൽ, നിർമ്മാണം: റ്റി.എം.സുനിൽ, ഹക്കിം സൽസബീൽ, ഛായാഗ്രഹണം: അയ്യപ്പൻ എൻ, ചിത്രസംയോജനം: നിഷാൽ കാഞ്ഞിരപ്പള്ളി, ചമയം: പട്ടണം റഷീദ്, ശബ്ദലേഖനം: റ്റി.കൃഷ്ണനുണ്ണി, പശ്ചാത്തല സംഗീതം: ഉദയൻ അഞ്ചൽ.

വർക്കല നിയാസിന്റെ ഹ്രസ്വചിത്രം "ഒരേ തോണിയിലെ യാത്രക്കാർ"

വർക്കല നിയാസ് രചനയും സംവിധാനവും നിർവഹിക്കുന്ന ഹ്രസ്വചിത്രമാണ് 'ഒരേ തോണിയിലെ യാത്രക്കാർ'. മൽഗോവ പ്രൊഡക്ഷൻസാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രം നിർമ്മിച്ചത്. രോഗാവസ്ഥയിലായ അമ്മയുടെ ചികിത്സയ്ക്ക് പണം കണ്ടെത്താനുള്ള മകന്റെ ശ്രമങ്ങളാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലൂടെ പറയുന്നത്. വർക്കല നിയാസ്, ഹാരിസ്രാജ്, വിഷ്ണുപ്രിയ, പൗർണ്ണമി എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ. ഛായാഗ്രഹണം: ചില്ലു. എഡിറ്റിംഗ്: അഭിലാഷ്. കലാസംവിധാനം: അനീഷ്. കോസ്റ്റ്യൂംസ്: സുധീർ. സഹസംവിധാനം: അനീഷ് കൊല്ലം. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ: അനിൽ വർക്കല. മേക്കപ്പ്: രാജേഷ്. സ്റ്റുഡിയോ: സിയാ മീഡിയ ഞെക്കാട്. വർക്കല, ചെറുന്നിയൂർ, ദളവാപുരം എന്നിവിടങ്ങളിലായിരുന്നു ചിത്രീകരണം. ചിത്രം യൂട്യൂബിൽ റിലീസ് ചെയ്തു.

റഹിം പനവൂർ, പി.ആർ.ഒ.





വേറിട്ടു നിൽക്കാൻ ലോഗോയും പാക്കിങ്ങും

ബ്രാൻഡ് എന്തിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നുവോ അതിന്റെ ചിത്രരൂപത്തിലുള്ള അവതരണമാണ് ലോഗോ. ബ്രാൻഡ് എന്ന വലിയ സന്ദേശത്തിന്റെ ചിത്രരൂപത്തിലുള്ള ചുരുക്കിയെഴുത്ത്. ലോഗോയുടെ കാര്യത്തിലും സംഭവിക്കുന്നതെന്തെന്നാൽ വേറിട്ടു നിൽക്കുന്നത് കൂടുതൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ നേടുന്നു.

കഴിഞ്ഞ ദിവസം കൊച്ചുമോൻ ഓലകൊണ്ട് കാറ്റാടി ഉണ്ടാക്കിത്തരാൻ പറഞ്ഞപ്പോൾ ഞാൻ കുട്ടിക്കാലത്തേക്ക് തിരിച്ചുപോയി. അന്ന് ഇന്നത്തെപ്പോലെ കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ ഒന്നും ഉണ്ടായിരുന്നില്ല. ഓലയും മടലും കൊണ്ടൊക്കെ സ്വയം കളിപ്പാട്ടങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുകയായിരുന്നു പതിവ്.

പഴയ ഓർമ്മയിൽ നിന്നും ഊർജ്ജം കണ്ടെത്തി ഞാനവന് ഓലകൊണ്ടൊരു കാറ്റാടി ഉണ്ടാക്കിക്കൊടുത്തു. കൂട്ടത്തിൽ ഒരു ഓലപീപ്പിയും. അവൻ അതും കൊണ്ട് പറമ്പിൽ ഓടിനടന്നു. ഇന്ന് നേരം വെളുക്കേണ്ട താമസം അവൻ എന്റെ കസേരയ്ക്കരികിൽ എത്തി ഒരു വിമാനം ഉണ്ടാക്കിത്തരാനാണ് ആവശ്യപ്പെട്ടത്.

ഞാൻ കടലാസുകൊണ്ട് വിമാനം ഉണ്ടാക്കാൻ തുടങ്ങിയപ്പോൾ അവൻ ദിനപത്രത്തിൽ കണ്ട സിയാലിന്റെ ലോഗോ കാണിച്ച് പറയുകയാണ് അതുപോലൊന്ന് ഉണ്ടാക്കിത്തരാൻ. കഴിഞ്ഞ ദിവസം എയർപോർട്ടിൽ ഇറങ്ങിയപ്പോൾ ഈ ചിഹ്നം അവന്റെ മനസ്സിൽ പതിഞ്ഞിട്ടുണ്ടാകാം. കുരുത്തോല കൊണ്ടുള്ള കളിപാട്ടങ്ങൾ അവന് പണ്ടേ ഇഷ്ടമാണ്. എയർ പോർട്ടിന്റെ ലോഗോ അവനെ സന്തോഷിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ടാകും.

അതാണ് ലോഗോയുടെ മിടുക്ക്. ഒരു കമ്പനിയെ തിരിച്ചറിയാനുള്ള മാർഗ്ഗമാണ് അതിന്റെ ലോഗോ. അത് സ്ഥാപനത്തിന്റെ മുഖമായി മാറുന്നു. ഭാവിയിൽ ഉപഭോക്താക്കളാകാൻ സാധ്യതയുള്ളവരും കമ്പനിയെ തിരിച്ചറിയുക ഈ മുദ്ര കണ്ടിട്ടാണ്.

സവിശേഷമായ ഒരു ആശയത്തെ അടിസ്ഥാനമാക്കിവേണം ഈ തിരിച്ചറിയൽ രൂപം തയ്യാറാക്കാൻ. അപ്പോൾ മാത്രമേ ആളുകളുമായി സംവദിക്കാൻ അതിന് കഴിയുകയുള്ളൂ. ഉപഭോക്താക്കളുമായി ഒരു വൈകാരിക ബന്ധം സ്ഥാപിക്കാൻ അപ്പോൾ അതിന് കഴിയുന്നു. എയർ ഇന്ത്യയുടെ രാജാവിനെപ്പോലെ, ഏഷ്യൻ പെയ്ന്റിന്റെ പെയ്ന്ററെപ്പോലെ, അമുലിന്റെ പെൺകുട്ടിയെപ്പോലെ, ഭീമയുടെ കുട്ടിയെപ്പോലെ, ഒനിഡയുടെ ചെകുത്താനെപ്പോലെ.

ഇംഗ്ലീഷിൽ ഒരു കുഞ്ഞു കവിതയുണ്ട്. 'ഒരു മുളംതണ്ടിൽ നിന്ന് സംഗീതത്തിലേക്കുള്ള ദൂരം ഏഴു മുറിവുകളാണെന്ന്'. വേദനയുടെ മുറിവുകളിൽ നിന്നാണ് സംഗീതം ഒഴുകുക.

മനുഷ്യന്റെ എല്ലാ തീരുമാനങ്ങളെയും നിയന്ത്രിക്കുന്നത് അന്തിമമായി വികാരങ്ങളാണ്– അല്ലാതെ ചിന്തയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലല്ല. വൈകാരികമായ പൂമണമില്ലാത്ത ഒരു തീരുമാനവും ഇല്ല. നമ്മുടെ അനുഭവത്തിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ നിന്നുമാത്രമേ നമുക്ക് എന്തിനേയും കാണാനാവുകയുള്ളൂ. അപ്പോഴും നമ്മളത്ര ഗൗനിക്കാത്ത ഘടകങ്ങൾ നമ്മുടെ വികാരങ്ങളെ പലപ്പോഴും സ്വാധീനിക്കും.

വേറിട്ടുനിൽക്കുന്നവയെ നാം കൂടുതൽ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു എന്നാണ് പഠനങ്ങൾ പറയുന്നത്. കുറച്ച് കുട്ടികൾ കളിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയായിരുന്നു. അവർക്ക് കളിക്കാനായി കുറച്ച് ഗോലി വിതറി, കുട്ടികൾ അതെടുത്ത് കളിക്കും എന്നാണ് എല്ലാവരും കരുതിയത്. എന്നാൽ അവർ വഴക്കിടാൻ തുടങ്ങി. അന്വേഷിച്ചപ്പോൾ ഗോലികളുടെ കൂട്ടത്തിൽ കുറച്ച് ഓറഞ്ച് ഗോലികൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. അവയ്ക്കുവേണ്ടിയാണ് വഴക്കെന്ന് മനസ്സിലായി. എല്ലാം ഒരേ വലുപ്പത്തിലും ഒരേ ഗുണത്തിലും ഉള്ളതായിരുന്നു, എന്നാൽ ഓറഞ്ച് ഗോലികൾ മറ്റ് നീല ഗോലികളിൽ നിന്ന് വേറിട്ടു നിന്നിരുന്നു. കുട്ടികളുടെ കുട്ടിത്തം കണ്ട് എല്ലാവരും ചിരിച്ചു. എന്നാൽ നാം ഇങ്ങനെ തന്നെയല്ലേ പെരുമാറുക. ലോഗോയുടെ കാര്യത്തിലും ഇതുതന്നെയാണ് സംഭവിക്കുക. വേറിട്ടു നിൽക്കുന്നത് കൂടുതൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ നേടുന്നു.

ബ്രാൻഡ് എന്തിനെ സൂചിപ്പിക്കുന്നുവോ അതിന്റെ ചിത്രരൂപത്തിലുള്ള അവതരണമാണ് ലോഗോ. ബ്രാൻഡ് എന്ന വലിയ സന്ദേശത്തിന്റെ ചിത്രരൂപത്തിലുള്ള ചുരുക്കിയെഴുത്ത്.

ഒരാൾ ഉല്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുന്നത് അത് തനിക്ക് സന്തോഷവും നല്ല അനുഭവവും തരും എന്ന വിശ്വാസത്തിലാണ്. അത്തരം അനുഭവങ്ങൾക്കുവേണ്ടി കൂടിയാണ് വാങ്ങൽ നടക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡാണ് ഉല്പന്നത്തിന്റെ വ്യക്തിത്വം വിളിച്ചറിയിക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡിങ്ങിലേക്ക് വരുന്നതിനു മുമ്പ് ഉല്പന്നത്തിന്റെ നിർമ്മാണ ഘട്ടത്തിൽ തന്നെ അതിന്റെ പാക്കിംഗിനെക്കുറിച്ചും ചിന്തി





ഉല്പന്നത്തിന്റെ മുന്നിലൂടെ കടന്നുപോകുന്ന വ്യക്തിയുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റി, അവരെ മോഹിപ്പിക്കുകയും അവരെ വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് പാക്കിംഗിന്റെ ലക്ഷ്യം.

ക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഉല്പന്നത്തിന്റെ വിപണിയും അതിന്റെ പരസ്യതന്ത്രവും ആവിഷ്കരിക്കുമ്പോൾ പൊസിഷനിങ് പ്രധാന ഘടകമാകുന്നു. പൊസിഷനിങ്ങിന്റെ പ്രധാന ഘടകങ്ങളിൽ ഒന്ന് പാക്കിംഗ് ആണ്.

കാഴ്ച നന്നായാൽ ഉല്പന്നം കൂടുതൽ വിറ്റുപോകും എന്ന നിലയിൽ മാത്രമല്ല; നമ്മുടെ റീട്ടെയിൽ രംഗം ഇന്ന് കൂടുതൽ വിശാലവും ധാരാളം ഉല്പന്നങ്ങൾ നിറഞ്ഞതുമായതുകൊണ്ട് വേറിട്ടുനിൽക്കുന്ന പാക്കിംഗ് അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. ഷെൽഫിൽ നിറഞ്ഞിരിക്കുന്ന ഉല്പന്നങ്ങളിൽ തങ്ങളുടെ ഉല്പന്നം ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കണം എന്ന് വിശ്വസിക്കുന്നവർ ഉല്പന്നത്തിന്റെ പാക്കിംഗ് ആകർഷകമാക്കുകയേ തരമുള്ളൂ. അതുകൊണ്ടാകാം ഐ.ടി.സിയുടെ വരവോടെ ബ്രിട്ടാനിയ പോലും തങ്ങളുടെ പാക്കിംഗ് ഡിസൈനിൽ മാറ്റം വരുത്തിയത്. ഉല്പന്നത്തിന്റെ പാക്കിംഗിൽ മാറ്റം വരുത്തുമ്പോൾ ഉല്പന്നവിലയിൽ മാറ്റം വരുത്താതിരിക്കാൻ പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധിക്കണം. പാക്കിംഗ് മാറ്റത്തിന് കൂടുതൽ വിലനൽകാൻ ഉപഭോക്താവ് തയ്യാറാവുകയില്ല.

ഉല്പന്നത്തിന്റെ മുന്നിലൂടെ കടന്നുപോകുന്ന വ്യക്തിയുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റി, അവരെ മോഹിപ്പിക്കുകയും അവരെ വാങ്ങാൻ പ്രേരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് പാക്കിംഗിന്റെ ലക്ഷ്യം. മറ്റൊന്ന് ഉല്പന്നത്തെ കേടുകൂടാതെ സൂക്ഷിക്കുക എന്നതും.

പാക്കിംഗ് ഡിസൈൻ ദീർഘകാല നിക്ഷേപം തന്നെയാണ്. ഒരിക്കൽ ഡിസൈൻ ചെയ്തുകഴിഞ്ഞാൽ ദീർഘകാലം ഉപയോഗിക്കേണ്ടതുണ്ട്. പ്രിന്റിംഗിനായി ഉപയോഗിക്കുന്ന ഇലക്ട്രോണിക്സ് എച്ചിങ് നടത്തിയ ഓരോ സിലിണ്ടറിനും 50,000 രൂപയിലധികം വില വരും. ഓരോ നിറത്തിനും ഓരോ സിലിണ്ടർ വെച്ച് വേണം താനും. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഇടക്കിടെ പാക്കിംഗ് മാറ്റുന്നത് പ്രായോഗികമല്ല. ഡിസൈൻ ദീർഘകാലം മാറ്റം കൂടാതെ നിൽക്കുന്നത് ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി സൃഷ്ടിക്കാനും അത് ഉപഭോക്താക്കളെ ഓർമ്മപ്പെടുത്താനും അതുവഴി ബ്രാൻഡിനോട് വിധേയത്വം ഉണ്ടാക്കാനും സഹായിക്കും. ഉല്പന്നങ്ങളുടെ പാക്കിംഗ് ആണ് ഉപഭോക്താക്കളുമായി ആദ്യം സംസാരിക്കുക. ഉല്പാദകനും ഡിസൈനറും പരസ്പരം സംസാരിക്കുമ്പോഴാണ് ഉത്തമമായ പാക്കിംഗ് ഡിസൈൻ ലഭിക്കുക. ഉല്പന്നത്തെ കമോഡിറ്റിയായി കണ്ട് വിറ്റിരുന്ന കാലം കഴിഞ്ഞു.

വില, ഉല്പന്ന തീയതി, കാലാവധി തുടങ്ങിയ നിയമപരമായും നിശ്ചയമായും രേഖപ്പെടുത്തേണ്ട വിവരങ്ങൾക്കു പുറമെ ഉല്പന്നത്തെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ പ്രദർശിപ്പിക്കാനും പാക്കിംഗ് ആവശ്യമാണ്.

മോശമായ ഉല്പന്നം ആകർഷകമായി പാക്ക് ചെയ്ത് വില്പന നടത്താൻ ശ്രമിച്ചാൽ ആദ്യം അത് വിജയിക്കുമെങ്കിലും പിന്നീട് വില്പനയുടെ ഗ്രാഫ് താഴേക്ക് പോവുകയാണ് ചെയ്യുക. ഉപഭോക്താവ് പാക്കിംഗിന്റെ ആകർഷണീയതയിൽ വാങ്ങിയ ഉല്പന്നം അവന് സംതൃപ്തി നൽകുന്നില്ലെങ്കിൽ അയാൾ അതിനെ കയ്യൊഴിയും. അതുകൊണ്ട് ഉല്പന്നത്തിന്റെ ഗുണമേന്മ തന്നെയാണ് വില്പനയുടെ മാനദണ്ഡം. പാക്കിംഗ് ഉല്പന്നത്തിന് ഐഡന്റിറ്റി ഉണ്ടാക്കുക മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത്. പാക്കിംഗ് ആകർഷകമാകണം, ഉല്പന്നം ഗുണമേന്മയുള്ളതും.

ചീത്ത ഉല്പന്നങ്ങൾ പരസ്യം കൊണ്ട് വില്ക്കാം എന്നു കരുതുന്നവരുമുണ്ട്. അതിനുള്ള കൗശലവിദ്യയൊന്നും പരസ്യത്തിനില്ല. അതുകൊണ്ട് നിങ്ങളുടെ അന്തർ മിഴികളെ പ്രകാശിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് ചുറ്റും നോക്കുക.

ഉല്പന്നവും പരസ്യവും തമ്മിൽ ചേർച്ചയില്ലാത്ത കാലത്ത് കപടമുദ്രാവാക്യങ്ങളിൽ അഭിരമിക്കാതെ നേരു തിരയുന്നവർക്ക് പ്രണാമം. ●



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com



പല സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളും പരാജയപ്പെടുന്നത് എന്തുകൊണ്ട് ?

പല സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളും വിജയിക്കാത്തതിന് കാരണങ്ങൾ പലതാണ്. ഫണ്ടിന്റെ ആധിക്യം മുതൽ സ്ഥാപകർ തമ്മിലുള്ള ഈഗോ പ്രശ്നം വരെ ഇക്കൂട്ടത്തിൽപ്പെടുന്നു.

കൊട്ടിഘോഷിച്ച് തുടങ്ങുന്ന പല സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളും വിജയിക്കാത്തതിന് കാരണങ്ങൾ പലതാണ്. ഫണ്ടിന്റെ ആധിക്യം മുതൽ സ്ഥാപകർ തമ്മിലുള്ള ഈഗോ പ്രശ്നം വരെ ഇക്കൂട്ടത്തിൽപ്പെടുന്നു.

ബോക്സർ മുഹമ്മദലിയുടെ പഞ്ചുകളും സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളും തമ്മിൽ എന്ത് ബന്ധം? വലിയ ബന്ധമുണ്ടെന്ന് സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ഇൻക്യൂബേറ്ററായ ഐഡിയലിന്റെ സ്ഥാപകനായ ബിൽ ഗ്രോസ്. ഈയിടെ ഒരു റ്റെഡ് ടോക്കിൽ സംസാരിക്കുമ്പോൾ നൂറിലേറെ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക് സഹായമേകിയ ബിൽഗ്രോസ് ബിസിനസ് വിജയ രഹസ്യങ്ങൾ വിശദീകരിക്കാൻ കടമെടുത്തത് മുഹമ്മദലിയുടെ ബോക്സിംഗ് ശൈലിയാണ്. മുഹമ്മദലിയുടെ ടൈമിംഗ് ആയിരുന്നു ഏറ്റവും പ്രധാനം. എതിരാളിയുടെ പഞ്ച് മുൻകൂട്ടി മനസിലാക്കി അത് ഒഴിവാക്കിയ ശേഷം അയാൾക്ക് ബാലൻസ് തെറ്റുമ്പോൾ തിരിച്ച് പഞ്ച് ചെയ്യുക. ഫോർവേർഡ് തിങ്കിംഗ് സ്ട്രാറ്റജി എന്ന ഈ പ്രയോഗം ബിസിനസിൽ ഏറെ പ്രയോജനപ്പെടും, പ്രത്യേകിച്ച് സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്ക്.

വലിയ നിക്ഷേപങ്ങളും സാങ്കേതിക പിന്തുണയുമുള്ള സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾ പോലും എന്തുകൊണ്ട് പരാജയപ്പെടുന്നു എന്ന ചോദ്യത്തിന് ഉത്തരങ്ങൾ പലതുണ്ട്, ഉദാഹരണങ്ങളും.

ഐഡിയ മാത്രമല്ല പ്രധാനം

2014ൽ ഹൗസിംഗ്.കോം എന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പിനായി ഒരു കൂട്ടം യുവാക്കൾ 90 മില്യൺ ഡോളർ സമാഹരിച്ചത് വെറും പത്ത് മിനിറ്റിനുള്ളിലാണ്. അടുത്ത ബില്യൺ ഡോളർ കമ്പനിയെ കണ്ടെത്താൻ ബാങ്കുകളും വ്യക്തികളും വൻ തുകകൾ ഫണ്ട് ചെയ്യുന്ന കാലം. 'ഇന്ത്യയിലെ റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് മേഖല മാറ്റിമറിക്കാൻ ലക്ഷ്യമിട്ട് തുടങ്ങിയ ഈ കമ്പനി പക്ഷെ അധികം വൈകാതെ തന്നെ പ്രശ്നത്തിലായി. പണം എങ്ങനെ ചെലവഴിക്കും എന്നതിനെ കുറിച്ച് ഒന്നും ആർക്കും അറിയില്ലായിരുന്നു.

അനാവശ്യമായ കാര്യങ്ങളിലെ ധൂർത്ത് ഒടുവിൽ മൂലധനം പോലും ഇല്ല എന്ന സ്ഥിതിയിൽ എത്തിച്ചു. 600 ജീവനക്കാർക്ക് ജോലി നഷ്ടമായി, സ്ഥാപകരായ രാഹുൽ യാദവിനും ആദിത്യ ശർമയ്ക്കും പുറത്ത് പോകേണ്ടി വന്നു.

പ്രൊപ്പോസലിൽ വായിക്കുമ്പോൾ കൊള്ളാം, ചർച്ചചെയ്യുമ്പോൾ ഏറെ ആകർഷകം. പക്ഷെ, പലപ്പോഴും ഇത്തരം ആശയങ്ങൾ ആ മേഖലയുടെ വിവിധ വശങ്ങൾ കണക്കിലെടുക്കാറില്ല. പലർക്കും വിശദമായ ബിസിനസ് പ്ലാനുകളും ഉണ്ടാകാറില്ല. അതുകൊണ്ട് തന്നെ അവ പരാജയപ്പെടാനുള്ള സാധ്യതയും കൂടുതലാണ്. ബിഞ്ചി എന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പ് തുടങ്ങിയത് റെസ്റ്റൊറന്റുകളുടെ ഡീലുകളും ഡിസ്കൗണ്ടുകളും കൃത്യ സമയത്ത് അപ്‌ലോഡ് ചെയ്ത് കൂടുതൽ പേരെ ആകർഷിക്കാനാണ്. പക്ഷെ, സ്ഥാപകനായ വിരാജ് ഗാഡോക്ക് ഒരു കാര്യം വിട്ടുപോയി. ഹോട്ടൽ മാനേജർമാർക്ക് ഡിസ്കൗണ്ടുകളും മറ്റും തീരുമാനിക്കാനുള്ള അധികാരമില്ല. ഏറെ നാൾ കഴിയും മുമ്പേ ബിഞ്ചി നിർത്തിയ വിരാജ് ഇപ്പോൾ ഒരു സോളാർ സ്റ്റാർട്ടപ്പിന്റെ പഠിപ്പുരയിലാണ്. വിദ്യാർത്ഥികളെ ഐഐടി, എംബിഎ പരീക്ഷകൾക്ക് പഠിക്കാൻ സഹായിക്കുന്ന പ്രെപ് സ്ക്വയർ തുടങ്ങിയ രാഘവ് വർമ്മ ശ്രദ്ധിക്കാതെ പോയ ഒരു കാര്യമുണ്ട്, കുട്ടികളുടെ പഠനത്തിൽ തീരുമാനം എടുക്കുന്നത് മാതാപിതാക്കളാണ്, അവർക്ക് താൽപ്പര്യം എപ്പോഴും കോച്ചിംഗ് സെന്ററുകളുമാണ്.

തെറ്റുന്ന കൂട്ടുകെട്ടുകൾ

ഒരുമിച്ച് പഠിച്ച അല്ലെങ്കിൽ ഒരേ രീതിയിൽ ചിന്തിക്കുന്ന സുഹൃത്തുക്കൾ ചേർന്ന് ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങുന്നത് സ്വാഭാവികം. ഇവരുടെ സമാന ചിന്താഗതിയും താൽപ്പര്യങ്ങളും സംരംഭത്തെ സഹായിക്കുന്നതിന് പകരം അതിന്റെ പിളർപ്പിന് കാരണവുമായ സംഭവങ്ങളും ഉണ്ടാകാറുണ്ട്. തുടങ്ങി 18 മാസത്തിനുള്ളിൽ തന്നെ 85 ശതമാനം സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളും പൂട്ടിക്കെട്ടും എന്നാണ് കണക്ക്, ഇതിൽ 65 ശതമാനം കേസുകളിലും പ്രശ്നം സ്ഥാപകർക്കിടയിലുണ്ടാകുന്ന അസ്വാരസ്യങ്ങളാണ്. കൂട്ടുകാരിയുടെ കൂടെ ചേർന്ന് ഒരു എഡ്യുക്കേഷൻ സംരംഭം തുടങ്ങിയ ശബ്നം അഗർവാൾ ഈ സ്റ്റാർട്ടപ് ഉപേക്ഷിച്ചതിന്റെ കാരണവും മറ്റൊന്നല്ല. ഒരാൾക്ക് കിട്ടുന്ന പബ്ലിസിറ്റി മുതൽ ലീഡർഷിപ്പ് ഈഗോകൾ വരെ പല സംരംഭങ്ങൾക്കും പ്രശ്നമാകാറുണ്ട്.

കൃത്യമായ ഫണ്ടിംഗ്

പുതിയ ആശയങ്ങളും പ്ലാനുകളുമായി ഫണ്ട് അന്വേഷിച്ച് നടക്കുന്നവർക്ക് പോലും ഇത് എങ്ങനെ വിനിയോഗിക്കണം എന്ന് അറിയില്ല. സംരംഭം തുടങ്ങിക്കഴിഞ്ഞ ശേഷം ആവശ്യമായ ഫണ്ട് ഇല്ലാതെ നിർത്തിവച്ചതിനും ഉദാഹരണം പലതുണ്ട്. മിതമായ നിരക്കിൽ വീട്ടിലുണ്ടാക്കിയ ഭക്ഷണം വിവിധ നഗരങ്ങളിലുള്ളവർക്ക് എത്തിക്കുക എന്ന ആശയവുമായി തുടങ്ങിയ സ്പൂൺജോയ് എന്ന സ്റ്റാർട്ടപ്പിന് സംഭവിച്ചതും മറ്റൊന്നല്ല. കൂടുതൽ ഡെലിവറി ഓർഡറുകൾ ലഭിച്ച് ലാഭമാകുന്നത് വരെ ബിസിനസ് മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകാൻ വേണ്ടത്ര ഫണ്ട് ഇല്ലാതെ വന്നപ്പോൾ സംരംഭം പൂട്ടുകയല്ലാതെ വേറെ വഴിയില്ലായിരുന്നു സ്ഥാപകനായ മഹേഷ് ജെത്താനിക്ക്. ഒരു വലിയ കമ്പനിയായി വളർത്തണം എന്ന മോഹത്തോടെ തുടങ്ങുന്ന സംരംഭങ്ങൾ പലതും പാതിവഴിയെത്തും മുൻപേ കൊഴിയുന്നതിന്റെ പ്രധാന കാരണം ഫണ്ടിന്റെ കുറവും ചില സാഹചര്യങ്ങളിൽ ധൂർത്തുമാണ്.

വിജയം തുടരാൻ വേണം ശ്രമം

നല്ല ഫണ്ടിംഗ്, മികച്ച കസ്റ്റമർ പിന്തുണ, കഴിവുള്ള ടീം എന്നിട്ടും ചില സംരംഭങ്ങൾ ഒരു വർഷം കഴിയും മുൻപേ പരാജയമാകുന്നത് എന്തുകൊണ്ട്? ആദ്യ കാലത്തെ വിജയം നിലനിർത്താൻ പലർക്കും കഴിയാതെ പോകുന്നതിന്റെ പ്രധാന കാരണം വിജയത്തിൽ നില മറക്കുന്നത് തന്നെയാണ്. മാറ്റങ്ങൾ മനസിലാക്കി പ്രവർത്തിക്കാനോ പുതിയ പദ്ധതികൾ പ്ലാൻ ചെയ്യാനോ പലരും മറക്കുന്നു. 'ബാങ്കിൽപണം വന്നതോടെ ബ്രെയ്ൻ സ്റ്റോമിംഗ് എന്ന കാര്യം തന്നെ ഞങ്ങൾ ഉപേക്ഷിച്ചു,' ഹൗസിംഗ്.കോമിന്റെ സ്ഥാപകൻ ആദിത്യ ശർമ പറയുന്നു. ഡെഡ് ലൈനുകളും ആക്ഷൻ പ്ലാനുകളും ഇല്ലാതെ വന്നപ്പോൾ ഒരു സംരംഭം കൂടി പരാജയമായി.



മറ്റൊരു ബോക്സർക്ക് പറയാനുള്ളതും സ്റ്റാർട്ട് അപ്പ് ബിസിനസ്സിന് ബാധകമാണ്. മൈക് ടൈസണിന്റേതാണ് വാക്കുകൾ 'എല്ലാവർക്കും ഒരു പ്ലാനുണ്ട്. മുഖത്ത് നല്ലൊരു ഇടി കിട്ടുന്നത് വരെ.'

റിസ്ക്ക് ഒഴിവാക്കാൻ ഒരു ചെക് ലിസ്റ്റ്

* പുറമെ നിന്നുള്ള മൂലധനത്തെ ഒരുപാട് ആശ്രയിച്ച് കൊണ്ട് പദ്ധതികൾ പ്ലാൻ ചെയ്യരുത്.

* ഒരു പ്രശ്നത്തിന് പരിഹാരമാകുന്ന സർവീസുകളും ഉല്പ്പന്നങ്ങളുമാണ് തുടങ്ങേണ്ടത്. വെറുതെ ഒരു താൽപ്പര്യത്തിന്റെ പുറത്ത് വാങ്ങാവുന്നവ ആകരുത് ഇവ.

* ഒന്നിലേറെ സ്ഥാപകരുള്ളത് റിസ്ക് കുറക്കും. പല ആശയങ്ങളും ചർച്ച ചെയ്യാനും മികച്ചവ മാത്രം സ്വീകരിക്കാനും ഇത് സഹായിക്കും. പക്ഷെ, തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുന്ന കാര്യം വൈകുന്നതിന് ഇത് കാരണമാകാനും പാടില്ല.

* ബിസിനസിന്റെ അടിസ്ഥാന കാര്യങ്ങളെ കുറിച്ച് പരസ്പര ധാരണ വേണം.

* മാർഗ്ഗ നിർദേശങ്ങൾ തരാൻ മെന്റർമാരുടെ ഒരു പാനൽ ഉണ്ടാക്കുക.

* ക്യാഷ് ഫ്ളോയിൽ പ്രത്യേക ശ്രദ്ധ വേണം

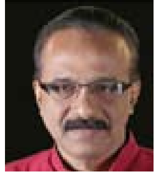
* സ്ഥാപനത്തിന് വ്യക്തമായ സംഘടനാ സംവിധാനം വേണം. ജോലികളും ഉത്തരവാദിത്തങ്ങളും ഡെലിഗേറ്റ് ചെയ്യാൻ സ്ഥാപകർ ശ്രമിക്കണം. ●



ഹാജിറാ ഷെരീഫ്



അഡ്വർടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

പരസ്യം തിളങ്ങുന്നു, കാര്യം മങ്ങുന്നു!!

തലക്കെട്ടിലും ബോഡി കോപ്പിയിലും ചിത്രങ്ങളിലും ലേ ഔട്ടിലുമെല്ലാം സമാകർഷകങ്ങളും ഔചിത്യഭാസുരങ്ങളുമായ തനിമകൾ പുലർത്തുവാൻ ഈ പരസ്യങ്ങൾക്കു കഴിഞ്ഞു. 'സുഖാനുഭവ'ത്തിന്റെ സന്ദേശം ലളിതമായി, എന്നാൽ തീവ്രമായൊരു അനുഭവമായി തന്നെ അനുവാചകർക്ക് പകർന്നുകൊടുക്കാൻ ഇവയ്ക്കുകഴിഞ്ഞു.

പരസ്യകലാ വിദ്യാർത്ഥികളുടെ പരീക്ഷയ്ക്ക് സാധാരണ ചോദിക്കാറുള്ള ഒരു ചോദ്യമാണ് പരസ്യ വിഭാഗങ്ങൾ എത്ര? എന്നത്. നാലെന്നോ നാൽപ്പതെന്നോ ഉത്തരമെഴുതാമെന്നിരിക്കെ, വിദ്യാർത്ഥികൾ സംശയാകുലരാകുന്നതിൽ അത്ഭുതപ്പെടാനില്ല. ഓരോ രാജ്യങ്ങളിലെയും നടപ്പുരീതികൾ അനുസരിച്ച് പരസ്യ വിഭാഗങ്ങൾ എത്ര എന്ന ചോദ്യത്തിന്റെ ഉത്തരങ്ങൾ വ്യത്യസ്തങ്ങളായിരിക്കും.

ഉദാഹരണമായി The fundamentals of Advertising എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ John Wilm Shurst ഉം Adrian Mackay യും സ്വീകരിച്ചിരിക്കുന്ന വിഭജനക്രമം ഇങ്ങനെയാണ്. 1.Personal, 2.Classified Advertising, 3.Manufacturers Consumer Advertising, 4.Services Advertising, 5. Retailer Advertising, 6. Trade Advertising, 7. Industrial (Business to Business) advertising. 8. Corporate Advertising, 9.Government Advertising, 10. Financial and Saving Advertising, 11.Charity and educational Advertising, 12. Cause Advertising, 13. Recruitment Advertising.

ഏതെങ്കിലും ഒരു പ്രത്യേക കാര്യത്തിനു വേണ്ടി പൊതുജനാവബോധം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനോ പിന്തുണ സംഘടിപ്പിക്കുന്നതിനോവേണ്ടി നിർവ്വഹിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങളെയാണ് Cause Advertising എന്ന വിഭാഗത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. ചില സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളെ advocacy advertising എന്നും വിളിക്കാറുണ്ട്. ഏതെങ്കിലും ഒരു സാമൂഹിക നീതിയുടെയോ ധാർമ്മികാവബോധത്തിന്റെയോ വക്കാലത്തായി പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നവ എന്ന നിലയിലാണ് ഇവയെ advocacy advertising എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

കമ്പോളത്തിൽ വിൽപ്പനയുടെ തോത് വർദ്ധിപ്പിച്ച് ലാഭശതമാനം ഉയർത്തുന്ന ക്രിയവിക്രിയ പ്രക്രിയയുടെ ഭാഗമായി മാത്രമല്ല, പരസ്യം സമൂഹത്തിൽ നിലനിൽക്കുന്നത്. അത് പലപ്പോഴും സാമൂഹികമായ ചില കാര്യങ്ങൾക്കുവേണ്ടി കൂടിയാണ് നിലകൊള്ളുന്നത്.

ഇവിടെയാണ് ബഹുജന മാധ്യമങ്ങളിലും പൊതുജനത്തിന്റെ ചർച്ചകളിലും നിറഞ്ഞുനിന്നിരുന്ന 'ഇന്ത്യ തിളങ്ങുന്നു' എന്ന പരസ്യം പ്രസക്തമാകുന്നത്. ഇന്ത്യയുടെ പരസ്യ ചരിത്രത്തിൽ തന്നെ ഇത്രയും വിപുലമായൊരു ചർച്ചയ്ക്കു വിധേയമായ മറ്റൊരു പരസ്യ കാമ്പെയിൻ ഉണ്ടെന്ന് തോന്നുന്നില്ല. അതിന്റെ രാഷ്ട്രീയവും ധാർമ്മികവുമായ വശങ്ങളെക്കുറിച്ചും കലാപരമായ അംശങ്ങളെക്കുറിച്ചും എല്ലാമുള്ള വിപുലമായ ചർച്ചകൾ അന്നു നടന്നിരുന്നു.

സർക്കാർ പരസ്യങ്ങളുടെ യാഥാസ്ഥിതികവും യാന്ത്രികവുമായ അവസ്ഥയെ 'ഇന്ത്യ തിളങ്ങുന്നു' എന്ന പരസ്യ കാമ്പെയിൻ പൊളിച്ചു കളഞ്ഞു എന്നത് അഭിനന്ദനാർഹമായ കാര്യം തന്നെ.

(ശേഷം 42-ാം പേജിൽ)



ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം **eFFECTIVE**

ADCOM

Advertising **Com**munication. Marketing is Destination
The First Advertisting & Marketing magazine in Malayalam

Subscription Offer	No. of Issues	Price	You Pay	You Save
1 year	12	Rs. 600/-	Rs. 540/-	Rs. 60/-
2 years	24	Rs. 1200/-	Rs. 1000/-	Rs. 200/-
3 years	36	Rs. 1800/-	Rs. 1400/-	Rs. 400/-

Yes, I wish to subscribe to effective Adcom.

Send me 12 issue of ADCOM for Rs. 540/- ☐

24 issues for Rs. 1000/- ☐ 36 Issues for Rs. 1400/- ☐

To Read Online **www.effectiveadcom.com**

Effective Publications

Mughal Palace Building, Collectorate P.O, Kottayam,
Kerala - 686 002, Ph: 0481 2561791, 098460 57461
effectiveadcom@gmail.com

1 YEAR SUBSCRIPTION OF EFFECTIVE ADCOM

+ ജോഷി ജോർജ് എഴുതിയ 110 രൂപ വിലയുള്ള പുസ്തകം സൗജന്യം

Total worth ₹ ~~710~~/- Now at ₹ **600**/-

Name: ....

Address: ....

....

....

District .... Pin: ....

Mobile .... Email: ....

Enclosed DD/Cheque No: ....

Name of the Bank: ....

Date of the Bank: ....

Date: .... Sd/- ....

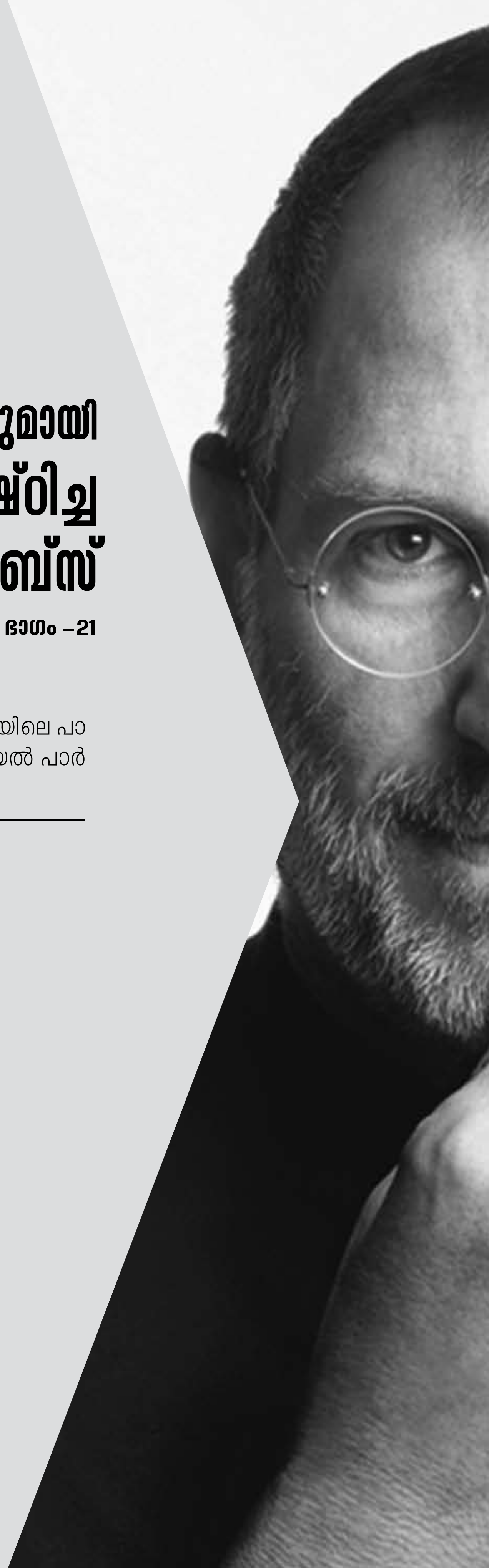


You can transfer the amount to A/c No.10941011001020,
IFSC : ORBC0110094, Oriental Bank of Commerce, Kottayam,
A/c Name : Effective Publications
Please inform your name and address after transferring the amount.

ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –21

2011 ഒക്ടോബർ 5ന് സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് കാലിഫോർണിയയിലെ പാലോ ആൾട്ടോയിൽ അന്തരിച്ചു. അൾട്ടാ മേസ മെമ്മോറിയൽ പാർക്കിൽ അന്ത്യ വിശ്രമം കൊള്ളുന്നു.



ജോബ്സിന്റെ സ്ഥിതി വളരെ വഷളായെന്നറിഞ്ഞതുകൊണ്ട് മകൾ ലിസ ബ്രണ്ണൻ ജോബ്സ് അച്ഛനെ കാണാൻ ന്യൂയോർക്കിലേയ്ക്കു പുറപ്പെട്ടു. നീണ്ട പത്തു വർഷം അദ്ദേഹം തന്നെ തിരിഞ്ഞു നോക്കാത്തതിലുള്ള അമർഷം മകളിൽ നീറിപ്പുകയുന്നുണ്ടായിരുന്നു.

ജോബ്സിന്റെ സ്ഥിതി കുറച്ചു മെച്ചപ്പെടുമെന്ന് നേരിൽ കണ്ടപ്പോൾ തോന്നി. സന്ദർശകരോടു സ്നേഹത്തോടെ പെരുമാറാൻ തുടങ്ങി. ലിസ ആദ്യമായി ഒരു ബോയ്ഫ്രണ്ടിനെ കണ്ടെത്തിയിരിന്നു. അവർ വിവാഹം കഴിക്കുകയാണെങ്കിൽ തന്റെ കൂടെ താമസിക്കാൻ സ്റ്റീവ് പറഞ്ഞു. മുപ്പത്തിരണ്ടു വയസ്സായിരുന്നു അന്ന് ലിസക്കു പ്രായം. ലിസയുടെ പിണക്കം മാറിയത് ജോബ്സിനെ സന്തോഷിപ്പിച്ചു. പക്ഷേ അവൾ താമസം മാറ്റിയില്ല.

ബിൽക്ലിന്റണും ഗൂഗിളിന്റെ സ്ഥാപകരിലൊരാളുമായ ലാറി പേജും ബിൽഗേറ്റ്സുമൊക്കെയായിരുന്നു സന്ദർശകർ. തങ്ങൾക്കു യോജിച്ച ഭാര്യമാരെയും നല്ല കുട്ടികളെയും കിട്ടിയതിൽ ബിൽഗേറ്റ്സും ജോബ്സും സന്തോഷം പങ്കുവച്ചു.

മെലിൻഡയെ കണ്ടുമുട്ടിയത് തന്റെ ഭാഗ്യമാണെന്നും അരവട്ടനായ തന്നെ നിലനിർത്തുന്നത് അവളാണെന്നും ബിൽഗേറ്റ്സ് പറഞ്ഞു. സ്റ്റീവ് ജോബ്സാകട്ടെ ലോറീനെ കണ്ടുമുട്ടിയില്ലായിരുന്നെങ്കിൽ മുഴുഭ്രാന്തനായി പോകുമായിരുന്നെന്നു പറഞ്ഞു ചിരിച്ചു.

ജോബ്സിനെ ബാധിച്ചതുപോലെയുള്ള കാൻസർ പൂർണ്ണമായും വിട്ടുമാറുകയില്ലെങ്കിലും ചികിത്സക്കു വഴങ്ങുന്നതാണെന്നു ചില ഡോ



കൂർമാർ നിരീക്ഷിച്ചു. മറ്റേതെങ്കിലും രോഗം മൂലം മരിക്കുന്നതുവരെ നിലനിർത്താൻ കഴിയുമെന്ന ശുഭ പ്രതീക്ഷ അവർക്കുണ്ടായി. ഒന്നുകിൽ ഇതുപോലെയുള്ള കാൻസറിനെ അതിജീവിക്കുന്ന ആദ്യത്തെ വ്യക്തി താനായിരിക്കും അല്ലെങ്കിൽ ഇതുമൂലം മരിക്കുന്ന അവസാനത്തെ വ്യക്തി താനായിരിക്കും എന്ന് സ്റ്റീവ് വിചാരിച്ചു.

അധികാരകൈമാറ്റം

വേനൽക്കാലത്ത് തന്റെ ആരോഗ്യം തീർത്തും മോശമായെന്ന് ജോബ്സ് കണ്ടു. ഭാര്യ ലൊറീൻ, ബിൽ ക്യാംബെൽ, ജോണി ഐവി, ജോർജ് റിലി എന്നിവരുമായി ആലോചിച്ച് ആപ്പിൾ സി.ഇ.ഒ. സ്ഥാനം രാജിവെയ്ക്കാൻ അദ്ദേഹം തീരുമാനിച്ചു. ആപ്പിളിനെ ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും മികച്ച കമ്പനിയാക്കുകയാണ് തന്റെ ലക്ഷ്യമെന്നും മുറപ്രകാരമുള്ള അധികാര കൈമാറ്റം അതിന്റെ ഭാഗമാണെന്നും അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

വീൽ ചെറയിലാണ് സ്റ്റീവ് ആഗസ്റ്റ് 24ന് കമ്പനിയുടെ ബോർഡ് മീറ്റിംഗിലെത്തിയത്. തന്റെ സ്ഥാനം അദ്ദേഹം ടിം കുക്കിനു കൈമാറി. 1998ൽ സ്റ്റീവ് നിയമിച്ച ശാന്തനും അദ്ധ്വാനശീലമുമായ ചീഫ് ഓപ്പറേറ്റിംഗ് ഓഫീസറാണ് കുക്ക്.

> ആപ്സ്റ്റോറുകൾ പുതിയ ഒരു വ്യവസായത്തിനു തുടക്കം കുറിച്ചു. ടാബ്ലറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടറിനു തുടക്കം കുറിക്കുകയും ഡിജിറ്റൽ മാഗസിനുകളും ന്യൂസ് പേപ്പറുകളും വീഡിയോകളും പുസ്തകങ്ങളും ഉണ്ടാക്കാനുള്ള ഫ്ളാറ്റ്ഫോം ഒരുക്കിയതാണ് ഐപാഡ്.

അധികാര കൈമാറ്റ വേളയിൽ അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു.

''ആപ്പിളിന്റെ ഏറ്റവും പ്രകാശമാനവും നവീകരണക്ഷമവുമായ ദിവസങ്ങളാണ് ഭാവിയിലുള്ളത്. സി.ഇ.ഒ. എന്ന നിലയ്ക്കുള്ള എന്റെ പ്രതീക്ഷകളും കടമകളും നിറവേറ്റാൻ സാധിക്കാത്ത നാൾ വന്നാൽ അതു ഞാൻ തന്നെ ആദ്യമായി നിങ്ങളെ അറിയിക്കുമെന്നും പറഞ്ഞിരുന്നു. ആ ദിവസം എത്തി, പുതിയ സ്ഥാനത്തിരുന്ന് അതിനെ നിരീക്ഷിക്കാനും വിജയത്തിനുവേണ്ട സംഭാവന നൽകുവാനുമുള്ള അവസരങ്ങളായാണിതിനെ ഞാൻ കരുതുന്നത്.''

സുഗമമായ ഒരു അധികാരകൈമാറ്റമായിരുന്നു അത്.

വളരെ ഭാഗ്യമുള്ള ഒരു ജീവിതമായിരുന്നു എന്റേത്. സൗഭാഗ്യപൂർണ്ണമായ ഒരു തൊഴിൽ ചെയ്യാനെനിക്കു കഴിഞ്ഞു. എനിക്കു കഴിയുന്നതെല്ലാം ഞാൻ ചെയ്തിട്ടുണ്ട് - സ്റ്റീവ് സുഹൃത്തുക്കളോട് പറഞ്ഞു.

2011 ഒക്ടോബർ 5ന് സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് കാലിഫോർണിയയിലെ പാലോ ആൾട്ടോയിൽ അന്തരിച്ചു. അൾട്ടാ മേസ മെമ്മോറിയൽ പാർക്കിൽ അന്ത്യ വിശ്രമം കൊള്ളുന്നു.

പ്രതിഭാശാലി

മാതാപിതാക്കളുടെ ഗാരേജിൽ തുടങ്ങിയ ഒരു കൊച്ചു സംരംഭമാണ് സ്റ്റീവിന്റേത്. അതിനെ ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വില പിടിച്ച കമ്പനിയായി ഉയർത്തി സിലിക്കൺ വാലിയുടെ ചരിത്രത്തിലെ ഒരു വലിയ സംഭവമാക്കി മാറ്റിയതാണ് സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെ പ്രതിഭ. പാരമ്പര്യത്തിന്റെയും സമ്പത്തിന്റെയും പിൻബലമുണ്ടായിട്ടും സോണിക്കു സാധിക്കാത്ത കാര്യം അദ്ദേഹം ചെയ്തു. ആയിരം ഗാനങ്ങൾ ഐ പോഡിലൂടെ ആസ്വാദകരുടെ പോ

ക്കറ്റിലൊതുക്കി. സ്വന്തമായി വലിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളൊന്നും നടത്തിയിട്ടില്ല. സാങ്കേതിക വിദ്യകളേയും ആശയങ്ങളേയും കലകളേയും പരസ്പരം കൂട്ടിയിണക്കി ഒരു പുതിയ ഭാവി സൃഷ്ടിച്ചു.

ഗ്രാഫിക്കൽ ഇന്റർഫേസുകളുടെ ശക്തി തിരിച്ചറിയാൻ സിറോക്സിനു കഴിയാതെ വന്നപ്പോൾ ജോബ്സ് മാക് ഡിസൈൻ ചെയ്തു. മുപ്പതു വർഷം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഒരു നിര സൃഷ്ടിച്ച് വ്യവസായത്തെ അടിമുടി മാറ്റി.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് തന്റെ ഏറ്റവും മഹത്തായ സൃഷ്ടിയായും സർഗ്ഗാത്മകമായി ഉപയോഗിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്ത ആപ്പിൾ ഈ ഭൂമുഖത്തെ ഏറ്റവും മികച്ച കമ്പനിയാക്കി തീർത്തു. വോസ്നിയാക്കിന്റെ സർക്ക്യൂട്ട് ബോർഡിനെ ഒരു പരീക്ഷണ വസ്തു മാത്രമല്ലാത്ത ആദ്യത്തെ പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറാക്കി ആപ്പിൾ II മാറ്റി. ഗ്രാഫിക്കൽയൂസർ ഇന്റർ ഫേസുകൾ ജനപ്രീതി നേടാനും ഗാർഹിക കമ്പ്യൂട്ടർ വിപ്ലവത്തിനു തുടക്കം കുറിക്കാനും മാകിന്റോഷ് കാരണമായി. ഐപോഡ് നാം സംഗീതം ഉപയോഗിക്കുന്നതിന്റെ രീതിയിൽ മാറ്റം വരുത്തി. ആപ്പിൾ സ്റ്റോർ ഒരു ബ്രാൻഡിന്റെ നിർവചനത്തിൽ മാറ്റം വരുത്തി. പിക്സർ സിനിമകളും ടോയ് സ്റ്റോറിയും ഡിജിറ്റലാക്കി. ഭാവനയുടെ പുതിയ ലോകങ്ങൾ വികസിപ്പിച്ചു. ഐ ട്യൂൺസ് സംഗീത വ്യവസായത്തെ അത്ഭുതമായി മാറി.

മൊബൈൽ ഫോണുകളെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലേക്കും സംഗീതത്തിലേക്കും വീഡിയോയിലേക്കും ഇ-മെയിലിലേക്കും വെബ് സംവിധാനങ്ങളിലേക്കും തിരിച്ചുവിട്ട് ഒരു വിശാല ലോകം നൽകി.

ആപ്സ്റ്റോറുകൾ പുതിയ ഒരു വ്യവസായത്തിനു തുടക്കം കുറിച്ചു. ടാബ്ലറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടറിനു തുടക്കം കുറിക്കുകയും ഡിജിറ്റൽ മാഗസിനുകളും ന്യൂസ് പേപ്പറുകളും വീഡിയോകളും പുസ്തകങ്ങളും ഉണ്ടാക്കാനുള്ള ഫ്ളാറ്റ്ഫോം ഒരുക്കിയതാണ് ഐപാഡ്.

എഡിസന്റെയും ഫോഡിന്റെയും തൊട്ടടുത്ത സ്ഥാനമുള്ള ഏറ്റവും മഹാനായ ബിസിനസ്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് വരുന്ന നൂറ്റാണ്ടുകളിലും ഓർമ്മിക്കപ്പെടും. ●

(അവസാനിച്ചു)



ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്,
ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ

(38-ാം പേജിന്റെ തുടർച്ച)

തലക്കെട്ടിലും ബോഡി കോപ്പിയിലും ചിത്രങ്ങളിലും ലേ ഔട്ടിലുമെല്ലാം സമാകർഷകങ്ങളും ഔചിത്യ ഭാസുരങ്ങളുമായ തനിമകൾ പുലർത്തുവാൻ ഈ പരസ്യങ്ങൾക്കു കഴിഞ്ഞു 'സുഖാനുഭവ'ത്തിന്റെ സന്ദേശം ലളിതമായി, എന്നാൽ തീവ്രമായൊരു അനുഭവമായി തന്നെ അനുവാചകർക്ക് പകർന്നു കൊടുക്കാൻ ഇവയ്ക്കു കഴിഞ്ഞു. ലോക്സഭ ഇലക്ഷൻ മുന്നിൽ കണ്ട്, സർക്കാർ ഖജനാവ് കൊള്ളയടിച്ചാണ് ഈ പരസ്യ കാമ്പെയിൻ നിർവഹിക്കപ്പെട്ടത് എന്നത് സങ്കടകരമായ ധാർമ്മിക വശം!

ആഹ്ലാദകരമായ കാര്യം ഇന്ത്യ തിളങ്ങുന്നു എന്ന പരസ്യ കാമ്പെയിനു പിന്നിലുള്ള പരസ്യ കലാകാരൻ മലയാളി ആയിരുന്നു എന്നുള്ളതാണ്. തിരുവനന്തപുരത്തെ ഏജൻസിയായ റിഫ്ളക്ഷൻസിലും സ്റ്റാർക്കിലും പ്രവർത്തന പരിചയം നേടി, മുദ്രയിലെത്തി. അവിടെ നിന്നും വളർച്ചയുടെ പടികൾ ചവിട്ടിക്കയറിയ പ്രതാപ് സുതൻ എന്ന മലയാളിയാണ് ഈ പരസ്യ കാമ്പെയിന്റെ സൃഷ്ടി കർത്താവ്.

കേരളത്തിൽ നിന്ന് ദേശീയ നിലവാരത്തിലേക്ക്, അവിടെ നിന്ന് അന്തർദേശീയ നിലവാരത്തിലേക്ക് വളരുവാനുള്ള തീവ്രമായ അഭിവാഞ്ഛ നമ്മുടെ പരസ്യകലാകാരന്മാർ തങ്ങളുടെ ഹൃദയങ്ങളിൽ തീപോലെ സൂക്ഷിക്കുമെങ്കിൽ, അവർക്കു മുന്നിൽ അതിരുകളില്ലാത്ത ആകാശം മാത്രമേയുള്ളൂ. ആ അനന്ത വിഹായസ്സിലേക്ക് പാറിപ്പറക്കുവാനുള്ള ചിറകുകൾ പെട്ടെന്ന് അങ്ങ് പൊട്ടി മുളയ്ക്കുകയല്ല എന്ന് അവർ അറിയണം. പ്രതാപ് സുതന്റെ കഥ തന്നെയെടുക്കുക. അത് പരാജയങ്ങളുടെ കഥകൂടിയാണ്. പക്ഷെ അവിടെ നിന്ന്, ആ ചാരക്കൂനയിൽ നിന്ന് പറന്നു പൊങ്ങുവാനുള്ള ഇച്ഛാശക്തിയും സർഗ്ഗശേഷിയും അദ്ദേഹം കൈവിടാതെ സൂക്ഷിച്ചു.

അപ്പോഴാണ്, അപ്പോൾ മാത്രമാണ് പരസ്യകലാരംഗത്ത് അദ്ദേഹത്തിന് തിളങ്ങുവാൻ കഴിഞ്ഞത്, 'ഇന്ത്യ തിളങ്ങുന്നു' എന്ന പരസ്യ കാമ്പെയിന്റെ കാര്യം മങ്ങലുള്ളതാകാം, പക്ഷെ നമുക്ക് അതിൽ നിന്ന് ഒരു കാര്യം കിട്ടുന്നുണ്ട്.

അതിതാണ് - സാമൂഹിക പ്രക്രിയയുടെ ഭാഗമായി നിൽക്കുമ്പോഴും പരസ്യം സർഗ്ഗാത്മകമായിരിക്കണം DAVP തേഞ്ഞുപഴകിയ ശൈലിയിൽ ഇപ്പോഴും ചിന്തിക്കുന്നവരുണ്ടാകാം. പ്രബോധനാത്മകമായ ഒരു സന്ദേശവും ഹൃദയാകർഷകമായ തരത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുവാൻ പരസ്യകലാകാരന്മാർക്ക് കഴിയണം. തീർച്ചയായും അതിനുള്ള പ്രചോദനം നൽകുന്നുണ്ട് 'ഇന്ത്യ തിളങ്ങുന്നു' എന്ന പരസ്യ കാമ്പെയിൻ. ●

Model Code: 126/2019

Rashmi Padheriya

Rashmi Padheriya model and actor has done many print campaigns for many brands like Visa, Musafir.com, Lodha Builders, Nalli Sarees, Zaveri Jewellers, Airtel and many more. She has done a Bollywood film Romeo idiot desi juliet.









Model Code: 127/2019 Dr. Anjana Santhosh

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code:128/2019 Pramod S







the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

Comeback too late!

"Our HR Manager has a baby boy!" the receptionist broke the good news. "Again?" our art director said giggling, "looks like she's hell-bent on giving birth every year, and this is her sixth!"

"No wonder she is in Human Resources!" came that masterstroke from our copy chief.

This happened about 15 years ago and the roars of laughter it triggered across the art department still ring in my ear.

In another instance, the chief accidentally sat on the intercom dislodging the receiver and sending a buzz to some random number. He made light of the moment saying "somebody would pick up the phone and say 'asshole!'".

What amazed me more than the wordplay on both these occasions was his uncanny ability to produce real-time witty responses. He could be bitter or sweet or bittersweet with his zingers as the situation warrants. He would silence anyone with his clever retorts during arguments that turn sour. He was certainly a natural in that sphere.

Political discussions on TV can sometimes offer up laser-perfect examples of crisp counterstrokes. In one of the heated debates during the past election season the spokesperson for a party claimed "when the results are out, we're the ones who'll be distributing Laddoos." Without even a moment's hesitation, a spin doctor for the opposing side quipped, "yes, and we're the ones who will be gladly eating them!"

Coming up with quick and witty comebacks is a gift. I must admit I don't have it. It's not that I cannot think up slapstick counters. The problem is my counters come a little late. And a little late in a war of words means being run over. In order to win the score or win over somebody in a particular situation, your response has to be off the cuff. In the game of Tit for Tat, once Tit hits, Tat cannot have the luxury of thinking up something. It should follow Tit in rapid succession.

The other day, I was at a booze shop. I had picked up my stuff and was going up to pay the bill. And just before I placed the bottle at the counter, a mountain of a woman barged in from somewhere and handed her pick to the cashier, obviously cutting me up. Feeling a sudden rush of blood, I looked at the woman with the darkest frown I could ever draw on my face. She was expecting something similar. All smiles, she said "ladies first, you know…" And, as an excuse for her misadventure, she added with a slight wink, "I didn't put parking ticket!" By the time I could think up what to say and actually say it, she was done and bounced out the door.

I had noticed she was wearing a lapel pin bearing the insignia of the Year of Tolerance, an initiative by the UAE government to instill and promote the value of tolerance and acceptance. I could've cornered her with a taunt on her miserable tolerance level. I could also have confronted her 'I didn't put parking ticket' excuse with a clever add-on: "and you chose to fine me?"

Well, none of it rolled off my tongue. I've experienced several incidents like this where I was lost for words. Or rather, incidents where words and wit came to my mind long after the precise moment they were required. The French have a descriptive term for this kind of human inadequacy: esprit de l'escalier. It literally means 'mind of the staircase'. Which maybe why its counterparts in English have a similar bearing: staircase wit, escalator wit, and afterwit. They all denote wit that pops up on your mind too late and so of no use.



Is there a way out of this predicament? Can we develop the art of in-the-moment wit? I doubt. Situations arise out of the blue, so you cannot be prepared. And no two situations can be the same, so you cannot learn from one and apply it in the next.

The only hope for latewits like me is to carry a ruthless, beastly desire to retort to anyone anytime and pull no punches while doing so, be it witty or not. The question is whether to have or not to have that desire. To hurt or not to hurt! To kill or not to kill!

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.